

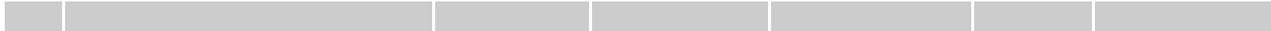


Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di PALERMO
Nome del corso in italiano 	Comunicazione per l'enogastronomia (<i>IdSua:1603002</i>)
Nome del corso in inglese 	Food Communication
Classe	LM/GASTR - Scienze economiche e sociali della gastronomia & LM-92 - Teorie della comunicazione 
Lingua in cui si tiene il corso 	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea 	https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289
Tasse	https://www.unipa.it/target/studenti-iscritti/tasse-agevolazioni/tasse-contributi/index.html
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MANGANO Dario
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Comitato Ordinatore nominato con Decreto del Direttore del Dip. Culture e Società n. 160/2022
Struttura didattica di riferimento	Culture e società (Dipartimento Legge 240)
Docenti di Riferimento	
	

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BERTONI	Clotilde		PO	1	
2.	GIANNITRAPANI	Alice		RD	1	
3.	MANGANO	Dario		PO	1	
4.	MARRONE	Giovanni		PO	1	
5.	MESCHIARI	Matteo		PA	1	
6.	VENTURA BORDENCA	Ilaria		RD	1	

Rappresentanti Studenti	Cappadonia Marta marta.cappadonia@you.unipa.it Bono Caterina caterina.bono05@you.unipa.it Larocca Alessia alessia.larocca02@you.unipa.it
Gruppo di gestione AQ	Nessun nominativo attualmente inserito
Tutor	Emanuele CRESCIMANNO Alice GIANNITRAPANI Dario MANGANO Francesco MANGIAPANE Giovanni MARRONE Ilaria VENTURA BORDENCA



Il Corso di Studio in breve

29/12/2022

Il Corso di Laurea Magistrale interclasse in Comunicazione per l'enogastronomia è l'unico corso nel panorama italiano ed europeo che coniuga le competenze e le finalità di due diverse classi di laurea, intrecciando gli studi sulle Teorie della comunicazione (e dunque l'impianto della classe LM92) con quelli riguardanti le Scienze gastronomiche (che conferiscono nella classe LM/GASTR), focalizzandosi sugli aspetti comunicativi che caratterizzano l'enogastronomia. Questo comporta occuparsi del modo in cui i prodotti enogastronomici possono essere resi oggetto di comunicazione, per esempio dalla pubblicità o dal giornalismo, ma anche del fatto che l'alimentazione può essere considerata sistema di comunicazione essa stessa, veicolando precisi contenuti e articolando specifiche relazioni, come ad esempio quelle sociali e politiche. Il corso è caratterizzato da una elevata specializzazione rispetto all'enogastronomia ma è al contempo fortemente interdisciplinare, un caratteristica che si traduce nella possibilità di accogliere studenti da Lauree triennali di ambiti molto diversi.

Gli sbocchi occupazionali del Corso sono molteplici e, in molti casi, all'avanguardia rispetto al sistema tradizionale delle professioni. L'esperto di Comunicazione per l'enogastronomia può infatti lavorare nei classici ambiti della comunicazione, per esempio scrivendo nei quotidiani e nell'editoria di settore o elaborando strategie di comunicazione per enti e aziende, ma anche operare in settori innovativi. Pensiamo naturalmente alla comunicazione digitale, dai social media ai canali tematici su YouTube, ma anche al design degli spazi di consumo e distribuzione alimentare, all'educazione alimentare, alla valorizzazione del patrimonio enogastronomico e al turismo che lo riguarda, solo per citare alcuni casi eclatanti.

L'enogastronomia infatti non solamente da molti anni è un comparto economico in grande crescita, ma anche un ambito le cui ricadute a livello pubblico (sociale, sanitario, identitario ecc.) diventano ogni giorno più chiare. Da qui la possibilità di proseguire nella formazione specialistica con un Dottorato di Ricerca o costruire una carriera nel mondo della formazione, per esempio nei Licei del gusto, che sono attualmente in corso di attivazione presso il Ministero della Pubblica Istruzione.

Il percorso di formazione mette insieme settori disciplinari di ambito comunicativo come la Semiotica, la Sociologia, gli studi sui Media, l'Estetica, il Marketing, con quelli di ambito agroalimentare come l'Arboricoltura o l'Economia rurale, medico come nel caso della Dietetica, ma anche la Storia, il Diritto e l'Economia. Si tratta di un percorso che prevede ben tre insegnamenti a scelta dello studente e consente quindi un elevato grado di personalizzazione. È previsto inoltre un insegnamento laboratoriale che prevede anche in questo caso diverse possibilità legate alle diverse tipologie di artefatti comunicativi verso i quali lo studente può decidere di orientare la propria formazione. Completano il percorso altre attività utili per l'inserimento nel mondo del lavoro che si concretizzano in seminari realizzati da professionisti e aziende che operano nel mercato, nonché un corposo periodo di tirocinio in azienda.

Link: <http://>



▶ QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

15/01/2023

L'idea di un Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione per l'enogastronomia che intrecci gli studi sulle Teorie della comunicazione (e dunque l'impianto della classe LM92) con quelli riguardanti le Scienze gastronomiche (che conferiscono nella classe LM/GASTR), proviene dall'esperienza diretta di alcuni docenti dell'Università di Palermo che compongono il comitato ordinatore del corso che, oltre ad avere insegnato per un decennio nei corsi di Scienze Gastronomiche, hanno prodotto una corposa mole di ricerche in cui si affronta la dimensione comunicativa dell'alimentazione. Un filone di studi da cui è nato un progetto Erasmus+ finanziato dalla Comunità Europea e realizzato in collaborazione con diversi Paesi dell'UE dal titolo "Culture and Communication of Taste" dal quale a sua volta è nata la proposta, fatta da diversi istituti alberghieri italiani e attualmente al vaglio del Ministero della Pubblica Istruzione, di istituire un Liceo del Gusto. A partire da tali esperienze legate alla didattica e alla ricerca, il 3 novembre del 2022 è stato organizzato un incontro in presenza con diversi esponenti del mondo delle imprese produttive, delle istituzioni, degli enti locali, del giornalismo e dei media. Nel corso di tale riunione, fortemente partecipata, oltre a raccogliere un generalizzato apprezzamento per l'iniziativa, sono stati forniti molti utili suggerimenti circa la sua realizzazione che hanno condotto a una riformulazione del piano di studi inizialmente previsto. Successivamente, il 24 novembre, in una riunione aperta a tutti gli studenti dei corsi in Scienze della Comunicazione, è stato presentato l'impianto complessivo del Corso di Laurea Magistrale.

In sintesi, gli intervenuti hanno dimostrato grande interesse per la proposta, sottolineando come il progetto abbia un profilo unico nel panorama accademico. I presenti hanno inoltre evidenziato come il CdS possa formare figure professionali di cui si sente un reale bisogno nel mondo del lavoro del territorio siciliano e non solo in quello. Non è un caso, si è detto, che la mappa delle produzioni certificate risulti sbilanciata nelle zone del nord Italia, un divario che è spiegabile solo se si considera il più elevato livello professionale e organizzativo di quelle zone del Paese che potrebbe essere colmato da operatori competenti nella comunicazione dell'enogastronomia. Aziende ed enti hanno illustrato le difficoltà che incontrano a trovare personale qualificato a operare nel settore, professionisti in grado di costruire discorsi attraenti sulle produzioni, promuovendole e raccontandole opportunamente attraverso i giusti canali. Dall'incontro è emersa l'importanza di trattare gli aspetti culturali e professionalizzanti legati all'educazione alimentare, alla valorizzazione delle produzioni e all'intreccio cibo/turismo, esplicitando il valore dell'enogastronomia intesa come patrimonio culturale.

Maggiori dettagli si trovano nel documento allegato

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Prima consultazione con gli stakeholder

▶ QUADRO A1.b

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

16/05/2024

Nelle giornate del 18, 19 e 30 ottobre 2023 presso la Fondazione Sicilia – villa Zito e il Museo Internazionale delle Marionette A. Pasqualino si sono svolti tre incontri con l'imprenditore Riccardo Illy, Presidente del "Polo del Gusto" - Gruppo Illy, il giornalista e scrittore Luca Cesari, il dott. Claudio Conterno, titolare dell'Azienda Agricola Conterno Fantino di Monforte d'Alba, l'avv. Nicolò Giordana del Comitato scientifico Ce.Di.S.A, il dott. Andrea Marino, Direttore Generale di Federoli e il celebre storico dell'alimentazione Massimo Montanari cui hanno preso parte, oltre al Coordinatore dei Corsi di Studio in Comunicazione e ai proff. Gianfranco Marrone e Ivan Libero Nocera, che hanno promosso l'incontro, diversi docenti in essi impegnati. Fra gli altri i proff. Alice Giannitrapani, Fabio Massimo Lo Verde, Francesco Mangiapane, Mette Rudvin, Ilaria Ventura Bordenca ecc. In tali occasioni gli ospiti hanno anche realizzato degli incontri con gli studenti dei corsi.

I temi trattati sia nella discussione pubblica sia negli incontri ristretti sono legati principalmente al mercato enogastronomico, con specifici riferimenti alle competenze di cui esso necessita e alle possibilità imprenditoriali che offre. Emerge con forza l'importanza delle competenze comunicative che non soltanto risultano pertinenti nei processi legati alla commercializzazione (dal marketing al packaging), ma anche nel fiorente mercato del giornalismo specializzato. Il caso studio dell'azienda Illy, descritto nei dettagli dal dott. Illy, ha offerto notevoli spunti di riflessione, confermando le scelte che hanno portato al rinnovamento dei corsi di Scienze della Comunicazione e, in particolare, alla creazione del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione per l'Enogastronomia.

Link:

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289/qualita/stakeholders.html> (

Pagina stakeholder del sito del CdS)



Consulente per la promozione e il marketing dei prodotti enogastronomici

funzione in un contesto di lavoro:

- individuare opportunità commerciali a livello globale
- concepire strategie di comunicazione che consentano un efficace posizionamento per prodotti e servizi in relazione a specifici target e all'interno di sistemi competitivi
- progettare, realizzare e curare prodotti comunicativi quali pubblicità, eventi, identità nei social media ecc.
- curare i rapporti con i mezzi di informazione, redigere comunicati stampa, discorsi ufficiali ecc.
- curare l'immagine di aziende ed enti
- curare i rapporti con enti ed istituzioni

competenze associate alla funzione:

Approfondita conoscenza della componente semiotica e comunicativa collegata alla produzione, alla commercializzazione e al consumo di cibo e bevande. Sviluppo di una sensibilità verso il valore simbolico che essi rivestono delle diverse società e culture. Capacità di pensare il cibo come linguaggio, riconoscendo il sistema di significazione a esso soggiacente e comprendendo le dinamiche di traduzione intersemiotica che lo caratterizzano nonché il suo valore identitario, sociale e politico.

Capacità di comprendere le peculiarità del discorso enogastronomico portato avanti dai media tanto tradizionali (editoria, televisione, packaging ecc.) quanto digitali (social media, user generated content ecc.), e di riconoscere il valore semiotico che assumono per esempio gli spazi di consumo.

Conoscere e saper situare storicamente, geograficamente e culturalmente fatti e fenomeni connessi alla cultura enogastronomica. Individuare e comprendere gli aspetti sociali legati ai consumi di cibi e bevande.

Capacità di realizzare video promozionali e campagne di comunicazione, spazi espositivi e di consumo alimentare. Saper affrontare con proprietà di linguaggio ed efficacia comunicativa la scrittura di diverse tipologie di testi verbali inerenti il patrimonio enogastronomico

sbocchi occupazionali:

- libero professionista in qualità di strategic planner, ADV specialist, event planner, addetto stampa, social media manager
- aziende private attive nella produzione agroalimentare, conserviero, vinicolo ecc.
- enti pubblici coinvolti nella valorizzazione del patrimonio enogastronomico

Consulente per la progettazione di luoghi di distribuzione e consumo di prodotti agroalimentari

funzione in un contesto di lavoro:

Offrire una consulenza strategica per la realizzazione di ristoranti, enoteche, supermercati nonché spazi che ibridano produzione e consumo come le cantine sociali ecc., entrando a far parte di team multidisciplinari che comprendono al loro interno architetti, esperti di marketing e distribuzione, economisti ecc.

- individuare e comprendere le diverse esperienze di acquisto/fruizione di prodotti enogastronomici
- individuare strategie di progettazione degli spazi di consumo e fruizione
- realizzare bozzetti e modelli
- analizzare e progettare packaging e altri dispositivi di contatto comunicativo
- curare l'identità comunicativa e l'efficacia degli spazi di consumo

competenze associate alla funzione:

Approfondita conoscenza della componente semiotica e comunicativa collegata alla produzione, alla commercializzazione e al consumo di cibo e bevande. Sviluppo di una sensibilità verso il valore simbolico che essi rivestono delle diverse società e culture. Capacità di pensare il cibo come linguaggio, riconoscendo il sistema di significazione a esso soggiacente e comprendendo le dinamiche di traduzione intersemiotica che lo caratterizzano nonché il suo valore identitario, sociale e politico.

Capacità di comprendere le peculiarità del discorso enogastronomico portato avanti dai media tanto tradizionali (editoria, televisione, packaging ecc.) quanto digitali (social media, user generated content ecc.), e di riconoscere il valore semiotico che assumono per esempio gli spazi di consumo.

Comprendere le problematiche estetiche legate al gusto alimentare e loro ricadute sulle dinamiche della degustazione e della costruzione del valore gastronomico.

Conoscere teorie, tecniche e strumenti necessari alla realizzazione di una campagna di comunicazione e di uno spazio espositivo.

sbocchi occupazionali:

- consulenze come libero professionista, specie all'interno di team multidisciplinari
- operare stabilmente all'interno di aziende per esempio legate alla GDO

Specialista nella promozione del patrimonio enogastronomico

funzione in un contesto di lavoro:

- consulente per agenzie turistiche
- consulente per aziende agricole di produzione o agriturismi
- consulente per Enti ed Istituzioni che promuovono attività nel settore della biodiversità e del controllo sui saperi alimentari nonché sulla promozione e conservazione della cultura gastronomica

competenze associate alla funzione:

Conoscere le problematiche legate alla produzione alimentare, con particolare riferimento alla sostenibilità e alle produzioni locali. Conoscere i diversi sistemi di certificazione della qualità e il modo in cui essa viene comunicata.

Conoscere le basi scientifiche della nutrizione e gli effetti degli alimenti sulla salute.

Conoscere le disposizioni legislative relative ai prodotti agroalimentari con particolare riferimento alle problematiche relative alla comunicazione.

Conoscere le dinamiche economiche del turismo e in particolare di quello enogastronomico. Conoscere le principali problematiche legate alla commercializzazione di prodotti e servizi relativi all'ambito agroalimentare, le principali leve e i cambiamenti intervenuti grazie alla diffusione di Internet.

sbocchi occupazionali:

- libera professione in qualità di consulente per enti e aziende
- impiego stabile in aziende come ad esempio tour operator,
- impiego in Enti pubblici locali e nazionali per la tutela e la valorizzazione del patrimonio enogastronomico, consorzi e raggruppamenti locali per il territorio (es. GAL)

Scrittore e divulgatore della cultura agroalimentare

funzione in un contesto di lavoro:

- scrittura di ambito enogastronomico tanto su media tradizionali (quotidiani, magazine, libri ecc.) quanto sui media digitali (blog, social media, piattaforme di condivisione di video ecc.)
- creatore di contenuti editoriali per riviste, guide enogastronomiche, ricettari e case editrici specializzate
- promotore dell'educazione alimentare presso strutture pubbliche e private
- consulente comunicativo in ambito dietetico-nutrizionale

competenze associate alla funzione:

Capacità di realizzare video promozionali e campagne di comunicazione, spazi espositivi e di consumo alimentare. Saper affrontare con proprietà di linguaggio ed efficacia comunicativa la scrittura di diverse tipologie di testi verbali inerenti il patrimonio enogastronomico

sbocchi occupazionali:

- libera professione
- impiego presso aziende legate all'editoria e alla produzione multimediale
- consulenza per enti di formazione pubblici e privati



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
2. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
3. Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
4. Esperti nello studio, nella gestione e nel controllo dei fenomeni sociali - (2.5.3.2.1)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

15/01/2023

L'accesso al CdS è diretto elettivamente agli studenti in possesso di un titolo di laurea (vecchio ordinamento, ordinamento

ex DM 509/99 o 270/2004) nelle classi: Classe L-20 Scienze della Comunicazione; Classe L/GASTR Scienze gastronomiche; Classe L-25 Scienze e tecnologie agrarie; L-26 Scienze e tecnologie agroalimentari; L/SNT/3 Dietistica; Classe L-4 Disegno industriale; Classe L-5 Filosofia; Classe L-10 Lettere; Classe L-15 Scienze del Turismo; Classe L-16 Scienze dell'Amministrazione e dell'Organizzazione; Classe L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale; Classe L-40 Sociologia; Classe L-42 Storia; Classe L-3 Discipline delle Arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda; L-1 Beni culturali; L-36 Scienze politiche; LM-4 Architettura.

I laureati o laureandi in una Classe diversa potranno essere ammessi purché in possesso di almeno 24 cfu nei seguenti settori scientifico-disciplinari:

n. 6 cfu in SSD L-LIN/12

n. 9 cfu in SSD che vanno da SPS/01 a SPS/12

n. 9 cfu nei seguenti SSD: M-FIL/01, M-FIL/02, M-FIL/03, M-FIL/04 , M-FIL/05, M-FIL/06

Qualora lo studente fosse in possesso di crediti in un settore diverso da quelli elencati nel quadro sopra riportato ma affine ad essi, il Consiglio di Corso di Studio potrà procedere, con delibera motivata, alla convalida, riconoscendo come adeguato e coerente tale settore.

Una Commissione appositamente nominata verificherà l'adeguatezza della personale preparazione attraverso un colloquio col candidato volto ad accertare le conoscenze pregresse anche relative alla lingua inglese di livello B2.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

16/05/2024

Per l'accesso al corso di Laurea Magistrale è richiesta una verifica della personale preparazione e un livello di conoscenza dell'inglese pari ad almeno B2.

L'adeguatezza della personale preparazione si ritiene automaticamente verificata nel caso il titolo di primo livello sia stato conseguito con una votazione finale maggiore o uguale a 90/110. Nel caso in cui lo studente non abbia ancora conseguito la laurea (studente laureando), l'adeguata preparazione si ritiene verificata se la media pesata del voto in trentesimi di tutte le materie sostenute risulta non inferiore a 24/30.

Nel caso in cui i requisiti di cui sopra non siano verificati, lo studente potrà essere ammesso a seguito di una valutazione positiva effettuata mediante colloquio. Tale colloquio, volto ad accertare il livello di personale preparazione, verrà svolto da un'apposita Commissione nominata dal Consiglio di Corso di Studi.

Per quanto riguarda la lingua inglese, nel caso in cui la Laurea di primo livello non preveda il livello B2 come livello di uscita e il candidato non disponga di un formale attestato di conoscenza pari almeno a tale livello o equivalente, il candidato dovrà sottoporsi ad un test/colloquio, volto ad accertare il proprio livello.

Nel caso in cui lo studente non superasse il colloquio, la Commissione gli assegnerà un percorso formativo (indicando la relativa bibliografia) e fisserà la data in cui ripeterlo.

Per ulteriori informazioni sulle modalità di verifica della personale preparazione, della iscrizione 'con riserva' degli studenti laureandi e sul calendario delle prove, consultare il sito:

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2288>

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289>

Link: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289/regolamenti.html> (Pagina regolamenti del sito del CdS - include i requisiti di accesso)

QUADRO A4.a | Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

29/12/2022

Il Corso di studi interclasse in Comunicazione per l'enogastronomia coniuga le competenze e le finalità di due diverse classi di laurea, intrecciando gli studi sulle Teorie della comunicazione (e dunque l'impianto della classe LM92) con quelli riguardanti le Scienze gastronomiche (che conferiscono nella classe LM/GASTR), focalizzandosi sugli aspetti comunicativi che caratterizzano l'enogastronomia intesa sia come sistema di significazione in sé sia come oggetto di molteplici artefatti e processi comunicativi.

Il Laureato Magistrale in Comunicazione per l'enogastronomia è una figura professionale innovativa che può operare tanto da libero professionista quanto nelle aziende private e nel settore pubblico. Egli coniuga competenze tecniche legate alla produzione e al consumo del cibo e del vino, alla loro commercializzazione e alle ricadute mediatiche che lo caratterizzano, con nozioni e sensibilità proprie della sociosemiotica, della geografia culturale, dell'estetica che gli consentono di restituire al fenomeno alimentare la profondità culturale e simbolica che lo contraddistingue, consentendogli di operare al suo interno con consapevolezza ed efficacia. Si pensi tanto alla promozione dei prodotti enogastronomici in diversi contesti socioculturali quanto all'educazione alimentare o alla produzione di diverse tipologie testuali, dal giornalismo enogastronomico alle guide, dai social media alle trasmissioni televisive ecc.

Il percorso didattico si articola in diverse aree del sapere:

- Area semiotico-comunicativa. Sono previsti insegnamenti come Linguaggi dell'enogastronomia e food experience, Media e enogastronomia, Semiotica del brand, Design e packaging alimentare, Semiotica degli spazi di consumo, Teoria e tecniche della serialità
- Area storica, antropologica, geografica e sociale. Sono previsti insegnamenti come Etnogastronomia, Storia dell'alimentazione, Sociologia dei consumi alimentari
- Area delle scienze alimentari e della nutrizione. Sono previsti insegnamenti come Sistemi e filiere alimentari mediterranee, Alimentazione e salute, Analisi sensoriale e produzione vinicola
- Area giuridica. Sono previsti insegnamenti come Diritto agroalimentare
- Area economico-turistica e del marketing. Sono previsti insegnamenti come marketing e turismo enogastronomico, management del patrimonio culturale e dell'enogastronomia
- Area creativa e progettuale. Sono previsti insegnamenti come Laboratorio di creazione di una campagna di comunicazione, Laboratorio di exhibit design, Laboratorio di food writing

Durante il primo anno di corso gli studenti acquisiscono le competenze necessarie per comprendere gli aspetti comunicativi e culturali che caratterizzano i sistemi enogastronomici, la storia dell'alimentazione e la dimensione sociale associata ai consumi alimentari. Vengono inoltre fornite le basi per comprendere i meccanismi dell'esperienza gustativa. Attraverso i laboratori, inoltre, gli studenti potranno acquisire capacità pratiche legate alla creazione di campagne di comunicazione, alla scrittura di diverse tipologie testuali e al design degli spazi di consumo. Attraverso un insegnamento a scelta potranno decidere di approfondire diversi aspetti del fenomeno alimentare, personalizzando così il proprio percorso. Da quelli maggiormente tecnici come gli aspetti nutrizionali o le dinamiche produttive in ambito vinicolo, a quelle più di taglio comunicativo legate alla costruzione e gestione del brand, alla progettazione del packaging, all'analisi degli spazi di

consumo, fino agli aspetti legali o manageriali.

Nel secondo anno verranno fornite competenze e strumenti per analizzare l'impatto mediatico dell'enogastronomia, le peculiarità estetiche del gusto alimentare nonché le tecniche della degustazione. A queste competenze si affiancheranno quelle legate al marketing enogastronomico e alle dinamiche turistiche cui il cibo e il vino danno vita, ma anche agli aspetti produttivi e al legame che essi hanno con le certificazioni di qualità e dunque alle ricadute economiche che presentano. Attraverso gli insegnamenti opzionali ciascuno studente potrà completare il proprio percorso nella direzione che desidera. Infine, attraverso il tirocinio gli studenti potranno mettere in pratica quanto appreso ed eventualmente sviluppare insieme alle aziende specifici progetti di tesi.

I crediti previsti per le altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro consentiranno di creare un programma di seminari con aziende e professionisti che operano in diversi ambiti: dalla ristorazione al giornalismo, dall'istruzione al marketing.

 **QUADRO**
A4.b.1 

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di comprensione	<p>I Laureati Magistrali in Comunicazione per l'enogastronomia ricevono una formazione di alto profilo del tutto originale rispetto alle tradizionali conoscenze di ambito agroalimentare maturando una sensibilità per il portato culturale, sociale, estetico, antropologico e semiotico che il cibo possiede, nonché conoscenze specifiche sulle dinamiche di valorizzazione, promozione e fruizione dei prodotti alimentari.</p> <p>Ai saperi della comunicazione e, in particolare, delle discipline semiotiche si aggiungono conoscenze di tipo storico, antropologico, geografico e sociale, che consentono di comprendere le dinamiche di produzione e trasformazione dell'enogastronomia avvenute nel tempo e nello spazio. A esse si aggiungono le conoscenze di area estetologica inerenti il gusto alimentare, un ambito di studi per lungo tempo ignorato da questa disciplina che oggi vede un notevole sviluppo sia teorico sia applicativo. A questo si aggiungono le conoscenze di tipo scientifico-alimentare e della nutrizione, tradizionalmente presenti negli studi agronomici, che nella chiave proposta da questo Corso di Laurea Magistrale vengono ripensate in chiave comunicativa e culturale. Ma anche le conoscenze di area giuridica, fondamentali per affrontare il problema della tutela legale della qualità dei prodotti e della loro immagine; i saperi di ambito economico-turistico e del marketing, necessari per comprendere le possibilità che l'enogastronomia, pensata come vero e proprio patrimonio culturale, può offrire in termini di sviluppo economico e turistico, ma anche le peculiarità che simili prodotti presentano rispetto alla loro commercializzazione. Per concludere con l'area creativa e progettuale, che consente agli studenti di confrontarsi con le problematiche che la progettazione tanto della comunicazione classicamente intesa (dalle campagne pubblicitarie al giornalismo enogastronomico), quanto degli spazi di consumo presenta.</p> <p>Gli strumenti didattici variano da insegnamento a insegnamento e contemplano</p>	
--	---	--

l'uso di tecnologie avanzate. Sono previsti momenti di approfondimento laboratoriale orientati a formare gli allievi come soggetti protagonisti della vita comunicativa del corso di laurea e della promozione delle sue attività culturali e collaterali. La verifica sarà effettuata mediante esame finale, lungo un percorso che può contemplare verifiche intermedie. Inoltre, specie negli insegnamenti laboratoriali, la verifica potrà consistere nella realizzazione di un artefatto.

La compresenza nel percorso formativo di un numero ampio e variegato di settori disciplinari, ciascuno con la propria prospettiva teorica e metodologica, avrà come risultato lo sviluppo di una sensibilità scientifica inedita tanto negli studi sulla Comunicazione quanto in quelli delle Scienze Gastronomiche, con la costituzione di strumenti teorici e metodologici per lo studio della cultura enogastronomica del tutto originali.

Accanto alla creazione di una prospettiva scientifica innovativa che schiude nuove possibilità di ricerca, le competenze fornite nel CdLM consentono di affrontare con inedite competenze un ambito come quello enogastronomico che, oltre ad avere notevolissimi risvolti economici, specie in un territorio come quello italiano e siciliano, è centrale da un punto di vista sociale, politico e culturale. Saper cogliere gli aspetti culturali legati alla produzione di un certo alimento, alle trasformazioni che subisce, comprendere come si sviluppano e si trasformano le mode alimentari, come si valorizza un prodotto o un territorio, come si ripensa la distribuzione in funzione degli aspetti socio-culturali e antropologici, quali problematiche politiche oltre che nutrizionali ed economiche presenta ad esempio la ristorazione collettiva, e naturalmente in che modo i media tradizionali e digitali agiscono su tutto ciò, sono tutte questioni imprescindibili per una ecologia del cibo che ripensi l'alimentazione in maniera sostenibile sia da un punto di vista ambientale che culturale.

Ai fini della verifica del conseguimento di tali capacità, le metodologie didattiche adottate prevedono una partecipazione attiva degli studenti, con esercitazioni, prove in itinere e simulazioni nelle modalità indicate nella Scheda di trasparenza, volte a sviluppare la capacità di leggere e interpretare testi complessi; le capacità comunicative, relazionali e di lavoro in gruppo; le capacità applicative delle tecniche studiate e le capacità di problem solving. Funzionali all'incremento di queste capacità sono anche i tirocini presso le imprese. Ciascun docente potrà avvalersi di strumenti didattici tradizionali o mediati da tecnologie, anche a distanza. La verifica sarà effettuata mediante esame finale, sebbene siano possibili a seconda dei casi prove intermedie o la realizzazione di artefatti comunicativi e progetti.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Approfondita conoscenza della componente semiotica e comunicativa collegata alla produzione, alla commercializzazione e al consumo di cibo e bevande. Sviluppo di una sensibilità verso il valore simbolico che essi rivestono delle diverse società e culture. Capacità di pensare il cibo come linguaggio, riconoscendo il sistema di significazione a esso soggiacente e comprendendo le dinamiche di traduzione intersemiotica che lo caratterizzano nonché il suo valore identitario, sociale e politico.

Capacità di comprendere le peculiarità del discorso enogastronomico portato avanti dai media tanto tradizionali (editoria, televisione, packaging ecc.) quanto digitali (social media, user generated content ecc.), e di riconoscere il valore semiotico che assumono per esempio gli spazi di consumo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Acquisizione degli strumenti teorici e metodologici necessari per analizzare un ampio numero di artefatti comunicativi legati alla cultura enogastronomica e per progettare e realizzare strategie di comunicazione, studi e ricerche da applicare in ambito aziendalistico e pubblico, come per esempio gli aspetti comunicativi connessi alla diffusione delle politiche definite dalle istituzioni.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE [url](#)

INTERNATIONAL FOOD WRITING (*modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING*) [url](#)

LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI FOOD WRITING [url](#)

LINGUAGGI DELL'ENOGASTRONOMIA [url](#)

MEDIA E ENOGASTRONOMIA [url](#)

PROGETTAZIONE COMUNICATIVA (*modulo di LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE*) [url](#)

SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO [url](#)

SEMIOTICA DEL BRAND [url](#)

TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO AUDIOVISIVO (*modulo di LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE*) [url](#)

TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ [url](#)

TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (*modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING*) [url](#)

AREA STORICA, ANTROPOLOGICA, GEOGRAFICA E SOCIALE

Conoscenza e comprensione

Conoscere e saper situare storicamente, geograficamente e culturalmente fatti e fenomeni connessi alla cultura enogastronomica. Individuare e comprendere gli aspetti sociali legati ai consumi di cibi e bevande.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Essere in grado di individuare e correlare trasformazioni sociali e fenomeni enogastronomici con particolare riferimento alle mode e alle tendenze ma anche alla dimensione politica e culturale.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ETNOGASTRONOMIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI [url](#)

STORIA DELL'ALIMENTAZIONE [url](#)

AREA ESTETOLOGICA

Conoscenza e comprensione

Comprendere le problematiche estetiche legate al gusto alimentare e loro ricadute sulle dinamiche della degustazione e della costruzione del valore gastronomico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Riconoscere e analizzare i presupposti della critica gastronomica e dei processi di valorizzazione del cibo.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

TEORIA DEL GUSTO [url](#)

AREA DELLE SCIENZE ALIMENTARI E DELLA NUTRIZIONE

Conoscenza e comprensione

Conoscere le problematiche legate alla produzione alimentare, con particolare riferimento alla sostenibilità e alle produzioni locali. Conoscere i diversi sistemi di certificazione della qualità e il modo in cui essa viene comunicata. Conoscere le basi scientifiche della nutrizione e gli effetti degli alimenti sulla salute.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Saper affrontare con consapevolezza problematiche quali la certificazione dei prodotti enogastronomici, la loro tracciabilità, le dinamiche nutrizionali ecc. al fine di darne opportuna ed efficace comunicazione.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ALIMENTAZIONE E SALUTE [url](#)

ANALISI SENSORIALE E PRODUZIONE VINICOLA [url](#)

I SISTEMI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ (*modulo di SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE*) [url](#)

SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE [url](#)

AREA ECONOMICO-TURISTICA E DEL MARKETING

Conoscenza e comprensione

Conoscere le dinamiche economiche del turismo e in particolare di quello enogastronomico. Conoscere le principali problematiche legate alla commercializzazione di prodotti e servizi relativi all'ambito agroalimentare, le principali leve e i cambiamenti intervenuti grazie alla diffusione di Internet.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di individuare le possibilità di sfruttamento economico del patrimonio enogastronomico in senso etico e sostenibile e di predisporre le azioni necessarie a raggiungere gli obiettivi prefissati. Capacità di lanciare sul mercato un'azienda, un prodotto o un servizio e di gestirlo lungo tutto il ciclo di vita che lo caratterizza.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

MANAGEMENT DEL PATRIMONIO CULTURALE E DELL'ENOGASTRONOMIA [url](#)

MARKETING E TURISMO ENOGASTRONOMICO [url](#)

AREA CREATIVA E PROGETTUALE

Conoscenza e comprensione

Conoscere teorie, tecniche e strumenti necessari alla realizzazione di una campagna di comunicazione e di uno spazio espositivo. Comprendere l'articolazione delle diverse tipologie di testi verbali legati all'enogastronomia (recensioni, ricette, comunicati stampa, testi pubblicitari ecc.) in diverse lingue.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di realizzare video promozionali e campagne di comunicazione, spazi espositivi e di consumo alimentare. Saper affrontare con proprietà di linguaggio ed efficacia comunicativa la scrittura di diverse tipologie di testi verbali inerenti il patrimonio enogastronomico.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI EXHIBIT DESIGN [url](#)

PROGETTAZIONE COMUNICATIVA (*modulo di LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE*) [url](#)

TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO AUDIOVISIVO (*modulo di LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE*) [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Il Laureato Magistrale in Comunicazione per l'Enogastronomia al termine del percorso di studi avrà acquisito la capacità di cogliere la complessità dei fenomeni legati alla cultura enogastronomica, le sue trasformazioni e le ricadute che tali fenomeni hanno sull'economia, sulla politica e sulla società in generale. Egli sarà quindi capace di individuare potenzialità e limiti tanto a livello di sviluppo economico del comparto, quanto in relazione alla ricerca scientifica di ambito sociosemiotico.

L'autonomia di giudizio sarà verificata in tutte le prove d'esame di ciascun insegnamento, in eventuali prove in itinere e nell'esame finale di laurea, compreso l'elaborato o gli elaborati prodotti. Sarà cura del relatore sottolineare, nel corso della stesura, l'importanza di questo aspetto e sarà compito della Commissione dell'esame finale saggiare il livello di autonomia di giudizio dei candidati.

Abilità

communicative	<p>Trattandosi di un corso che ibrida i saperi della Comunicazione con quelli delle Scienze Gastronomiche, le abilità comunicative degli studenti verranno ampiamente sviluppate in molti modi diversi. Innanzitutto perfezionando e approfondendo le abilità comunicative di tipo linguistico, argomentativo e grafico-visuale. In seconda battuta imparando a comunicare attraverso linguaggi sincretici di tipo audiovisivo e attraverso le tecnologie digitali con un livello adeguato agli standard di mercato. Le abilità comunicative acquisite consentiranno loro di comunicare correttamente e con un lessico disciplinare adeguato sia in forma scientifica che divulgativa misurandosi con diverse tipologie testuali. Sapranno calibrare i diversi registri dell'informazione in funzione di diversi pubblici, di diversi generi comunicativi, di diversi contesti e di diverse finalità, mantenendo un elevato livello di efficacia e di controllo sugli effetti della comunicazione.</p> <p>Le abilità comunicative dell'allievo saranno verificate attraverso le prove d'esame di ciascun insegnamento e l'elaborato finale. Saranno altresì stimolate e verificate (anche attraverso la valutazione personale e la valutazione dei pari) con attività mirate organizzate all'interno del corso di laurea e nelle attività laboratoriali.</p>	
Capacità di apprendimento	<p>Il Corso consentirà agli studenti di acquisire autonomi metodi di ricerca e apprendimento ed elevate capacità di problematizzazione e di riflessione critica in relazione ai processi culturali legati alla cultura enogastronomica sia per ciò che concerne gli aspetti tecnico-produttivi sia per quelli di tipo antropologico-simbolici che pure la innervano.</p> <p>Tali capacità permetteranno loro, successivamente alla Laurea Magistrale, di acquisire ulteriori competenze mediante un eventuale ulteriore percorso formativo di specializzazione ovvero di esercitare momenti di formazione continua/autoapprendimento/autovalutazione all'interno della propria professione.</p> <p>La capacità di apprendimento deve chiaramente emergere nel corso delle prove d'esame e nell'esame finale di laurea, specialmente nel livello dell'elaborato prodotto che deve essere adeguato a una dissertazione di laurea magistrale.</p>	

 **QUADRO A4.d** | **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

29/12/2022

Le attività affini, sovente offerte in opzione, consentono allo studente di personalizzare il proprio percorso formativo a seconda del taglio che egli intende dare alla propria preparazione in funzione dei molteplici sbocchi occupazionali possibili. In tal senso sono da intendere le conoscenze di ambito medico legate al nutrizionismo e alla dietetica; quelle legate alla microbiologia agraria che, applicate per esempio all'enologia, consentono di approfondire la base biologica delle sensazioni gustative; quelle legate alle scienze agronomiche, con particolare riferimento alle colture e agli aspetti economici a esse connessi; quelle che hanno a che vedere con la costruzione e gestione dei brand così come quelle che riguardano le problematiche comunicative inerenti il design e il packaging o il design degli spazi di consumo e distribuzione; le conoscenze legali che hanno a che fare con la produzione alimentare; il management dell'enogastronomia in chiave ecologica, intesa quindi come patrimonio culturale nell'ottica di una sostenibilità tanto ambientale quanto culturale; ed infine le questioni della comunicazione verbale di ambito enogastronomico, con particolare

riferimento alla letteratura che riguarda il cibo.

A questo si aggiungono le attività laboratoriali professionalizzanti che toccano diversi ambiti della comunicazione e del design: dalla pubblicità alla progettazione degli spazi di consumo, dalle diverse forme di scrittura che riguardano il cibo all'analisi dei dati per esempio derivanti dai social media.

▶ QUADRO A5.a | Caratteristiche della prova finale

16/01/2023

Coerentemente con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale e con i risultati di apprendimento attesi, la prova finale per il completamento degli studi consiste nell'elaborazione di una Tesi di Laurea originale che lo studente realizzerà sotto la guida di un relatore. Potranno entrare a far parte di tale elaborato anche audiovisivi, progetti e altri prodotti culturali fra quelli cui il corso, attraverso i laboratori professionalizzanti attivati, prepara.

▶ QUADRO A5.b | Modalità di svolgimento della prova finale

15/01/2023

La tesi finale è un lavoro di ricerca approfondito su uno dei temi affrontati nel corso del biennio di studi, concordato tra studente e relatore, e viene discussa davanti a una commissione di laurea alla presenza di un correlatore indicato dal Coordinatore dietro intesa con il Relatore.

Lo studente concorderà per tempo con il Docente-relatore l'argomento della tesi, la metodologia da utilizzare, ed eventualmente il corpus da analizzare al fine di articolare e verificare la propria ipotesi di ricerca.

Per ogni altra informazione sullo svolgimento della prova finale si rimanda al Regolamento.

Link: <http://>



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Manifesto degli studi in Comunicazione per l'enogastronomia (LM-GASTR/LM-92) a.a. 2024-25

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.		Anno di corso 1	ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO link			3		
2.	M-GGR/01 M-GGR/01 M-GGR/01	Anno di corso 1	ETNOGASTRONOMIA link	MESCHIARI MATTEO CV	PA	9	60	

3.	M- FIL/05 M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 1	INTERNATIONAL FOOD WRITING (modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING) link	RUDVIN METTE CV	PA	5	50	
4.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE link			10		
5.	ICAR/13 ICAR/13 ICAR/13	Anno di corso 1	LABORATORIO DI EXHIBIT DESIGN link	VESPERI WALTER CV	RD	10	100	
6.	M- FIL/05 M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FOOD WRITING link			10		
7.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 1	LINGUAGGI DELL'ENOGASTRONOMIA link	MARRONE GIOVANNI CV	PO	12	80	
8.	SPS/07 SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI link	LO VERDE FABIO MASSIMO CV	PO	6	40	
9.	SECS- P/12 SECS- P/12 SECS- P/12	Anno di corso 1	STORIA DELL'ALIMENTAZIONE link	PIROLO FRANCA CV	RD	6	40	
10.	M- FIL/05 M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 1	TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING) link	MANGIAPANES FRANCESCO CV	RD	5	50	
11.	MED/49 MED/49	Anno di corso 2	ALIMENTAZIONE E SALUTE link	BUSCEMI SILVIO CV	PO	6	40	
12.		Anno di corso 2	ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO 2 link			2		
13.	AGR/16	Anno	ANALISI SENSORIALE E	FRANCESCA	PA	6	40	

	AGR/16	di corso 2	PRODUZIONE VINICOLA link	NICOLA CV					
14.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 2	DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE link	VENTURA BORDENCA ILARIA CV	RD	6	40		
15.	AGR/01 AGR/01	Anno di corso 2	I SISTEMI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ (<i>modulo di SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE</i>) link	COLUMBA PIETRO CV	PO	3	20		
16.	AGR/03 AGR/03	Anno di corso 2	LE FILIERE MEDITERRANEE: TRADIZIONE, CULTURA, PAESAGGIO E FUTURO (<i>modulo di SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE</i>) link	INGLESE PAOLO CV	PO	6	40		
17.	SECS- P/08 SECS- P/08 SECS- P/08	Anno di corso 2	MARKETING E TURISMO ENOGASTRONOMICO link			6	40		
18.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 2	MEDIA E ENOGASTRONOMIA link	MANGIAPANE FRANCESCO CV	RD	9	60		
19.		Anno di corso 2	PROVA FINALE link			9			
20.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 2	SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO link	GIANNITRAPANI ALICE CV	RD	6	40		
21.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 2	SEMIOTICA DEL BRAND link	MANGANO DARIO CV	PO	6	40		
22.	AGR/01 AGR/03	Anno di corso 2	SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE link			9			
23.	M- FIL/04 M- FIL/04	Anno di corso 2	TEORIA DEL GUSTO link	COMETA MICHELE CV	PO	6	40		
24.	M- FIL/05	Anno di	TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGASTRONOMICA link			6	40		

	M- FIL/05	corso 2							
25.	L-FIL- LET/10 L-FIL- LET/10	Anno di corso 2	TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ link	BERTONI CLOTILDE CV	PO	6	40		
26.		Anno di corso 2	TIROCINIO link				9		

▶ QUADRO B4 | Aule

Descrizione link: Procedura per la ricerca di Aule e Laboratori d'Ateneo

Link inserito:

<http://offweb.unipa.it/offweb/public/aula/aulaCalendar.seam;jsessionid=C82AEF78B6F60CE62887469C155EAC2F.node02>

Altro link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: a

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Procedura per la ricerca di Aule e Laboratori d'Ateneo

Link inserito:

<https://offertaformativa.unipa.it/offweb/public/aula/aulaCalendar.seam;jsessionid=C82AEF78B6F60CE62887469C155EAC2F.node02>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Laboratori del CdS

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sale studio del CdS

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Link inserito: <https://www.unipa.it/biblioteche/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteche di pertinenza del CdS

▶ QUADRO B5

Orientamento in ingresso

16/05/2024

Il Centro Orientamento e Tutorato (COT) dell'Ateneo organizza attività di orientamento in ingresso così come tutorato ed orientamento in uscita. Le iniziative di orientamento in ingresso, finalizzate a supportare lo studente durante tutta la fase di accesso ai percorsi universitari, consistono in attività informative e di consulenza individuale. È inoltre presente uno sportello di orientamento e accoglienza per studenti stranieri.

Sono programmate attività con gli studenti delle scuole superiori, partecipazioni a fiere e iniziative per l'orientamento di terzi (Orienta Sicilia, Salone dello Studente ecc.) iniziative con le scuole ed è attivo uno sportello accoglienza per i genitori.

Le principali iniziative di orientamento promosse dall'Ateneo sono la Welcome Week, rivolta alle scuole secondarie superiori della regione e dunque incentrata sull'offerta di Lauree Triennali e a Ciclo Unico, e il Welcome Day in cui vengono presentate le Lauree Magistrali.

Nell'anno 2024 la Welcome Week si è tenuta presso l'ed. 19 di viale delle Scienze, dal 19 al 23 febbraio. Il Welcome Day si è tenuto il 7 maggio 2024 all'ed. 19.

Il CCCS insieme con il Dipartimento ha inoltre realizzato un Open Day rivolto agli studenti della scuola secondaria superiore che è tenuto il 4 aprile 2024 e in cui è stata data la possibilità di visitare gli spazi del Dipartimento, i diversi Laboratori e di assistere a delle Lezioni Aperte su temi inerenti i Corsi di Laurea. A questo si è aggiunto un Open Day dedicato alle Magistrali in Comunicazione (13 maggio 2024) in cui è stato dato ampio spazio alla presentazione da parte dei docenti dei laboratori.

L'accoglienza delle matricole si è tenuta il 2 ottobre 2023 nell'aula-teatro Gregotti di viale delle Scienze.

In diversi casi i docenti del CdL hanno realizzato incontri e seminari presso le scuole superiori della città relativi a tematiche legate alla Comunicazione all'interno dei quali sono stati ritagliati momenti dedicati alla presentazione dell'offerta formativa.

Nel corso del 2024 sono stati realizzati percorsi di orientamento erogati agli alunni delle terze, quarte e quinte classi delle scuole secondarie di secondo grado finanziati dal PNRR. I temi proposti sono: 1) La narrazione del reale tra vero e verosimile; 2) Le professioni della comunicazione; 3) Comunicazione per l'enogastronomia; 4) Comunicazione museale.

Descrizione link: Pagina dedicata all'orientamento del Dipartimento Culture e Società

Link inserito: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/didattica/orientamento/>

▶ QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

02/02/2023

Il Centro Orientamento e Tutorato (COT) dell'Ateneo offre un servizio di counselling psicologico destinato a studenti che richiedono un sostegno psicologico per problemi di adattamento alla vita universitaria (ansia da esame, problemi relazionali, disagi personali) di supporto metodologico allo studio.

Durante il corso degli studi, sono offerte agli studenti diverse opportunità e servizi di tutorato con la finalità di sostenere ed orientare qualitativamente il percorso formativo dello studente, favorendo il processo di apprendimento e aiutandolo in

eventuali momenti di difficoltà o di disagio personale che possono avere ricadute negative sul suo rendimento accademico e prolungare eccessivamente la durata dei suoi studi. Particolare attenzione viene prestata ad esigenze specifiche manifestate da singoli studenti, quali eventuali disabilità (in stretto raccordo con gli uffici di Ateneo), difficoltà a conciliare studio e lavoro, incertezza linguistica per studenti stranieri (in stretto raccordo con ITASTRA), e altri casi puntuali.

Le principali tipologie di servizi offerti dalla Dipartimento e dal Centro di Orientamento e Tutorato di Ateneo, sono:

- Supporto metodologico allo studio
- Tutor per la didattica
- Counselling psicologico
- Sportelli di Orientamento e Tutorato
- Tutorato sperimentale per le 'materie scoglio'

--- Supporto metodologico allo studio - Tutor per la didattica

In particolare, il supporto metodologico allo studio si articola in:

- Consulenza individuale, rivolta allo studente che desidera acquisire un appropriato metodo di studio che gli consenta di avere un adeguato rendimento accademico.
- Tutorato didattico, servizio rivolto sia al singolo studente che a gruppi omogenei di studenti che condividono un medesimo problema di studio.

Il tutor aiuta lo studente a:

- migliorare l'apprendimento in relazione a precisi contenuti disciplinari;
- fornire supporto al docente nella realizzazione di attività esercitative;
- costituire un punto di raccordo tra gli studenti e i docenti;
- trasmettere abilità di studio, di autodeterminazione e di autoregolazione.

--- Sportelli di Orientamento e Tutorato (SOFT)

Gli Sportelli di Orientamento e Tutorato (SOFT) forniscono agli studenti informazioni e chiarimenti sul piano di studi, i calendari delle lezioni, il ricevimento dei docenti, le date degli esami e tante altre informazioni in raccordo con gli Uffici e le Segreterie didattiche di Dipartimento.

L'orientamento svolto presso gli sportelli SOFT si configura come attività di sostegno tra pari, o peer orientering.

Tutte le informazioni relative ai servizi di orientamento e di tutorato in itinere sono reperibili sul sito Internet di Ateneo, presso la sezione specifica dedicata all'Orientamento del sito del Dipartimento Culture e Società e nelle pagine del Centro di Orientamento e Tutorato (COT).

Delegati del Direttore del Dipartimento per le attività di orientamento e tutorato sono i proff. Dario Mangano e Ilaria Ventura Bordenca.

Da molti anni ormai i Corsi in Comunicazione si avvalgono di tutor legati a specifiche aree tematiche di particolare importanza strategica o rispetto alle quali si riscontrano le maggiori criticità. L'elenco di tali tutor e delle aree è presente nella pagina 'Orientamento' del sottosito del Dipartimento Culture e società.

I tutor della didattica, specie nei casi in cui siano studenti di Dottorato di Ricerca, ricevono anche l'incarico di realizzare seminari sulla stesura della Tesi di Laurea ove prevista.

Descrizione link: Pagina dedicata all'orientamento del Dipartimento Culture e Società

Link inserito: <https://www.unipa.it/strutture/orientamento/>



QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

Il Piano di studi del CdS prevede lo svolgimento di attività di stage e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali.

02/02/2023

Gli studenti possono reperire tutte le informazioni relative allo svolgimento di periodi di formazione all'esterno dell'Ateneo presso l'Ufficio Tirocini del Dipartimento Culture e Società.

Delegato del Dipartimento per le attività di stage e tirocinio è il prof. Giovanni Travagliato.

Il Regolamento dei tirocini di orientamento e formazione è pubblicato sul sito del CdS. Il delegato al tirocinio del CdS affianca il competente ufficio del Dipartimento e l'unità di personale TA ad esso preposta per le operazioni di suddivisione degli studenti tra i diversi enti di riferimento, di scelta del tutor del tirocinio ed entra a far parte della commissione dell'esame finale di tirocinio. Il Delegato affianca anche il Coordinatore per quanto riguarda il riconoscimento di periodi lavorativi (che rientrino nel profilo descritto nel Regolamento dei tirocini di orientamento e formazione).

Descrizione link: Stage Dipartimento Culture e Società

Link inserito: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/didattica/stage.html>



QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

Azioni intraprese a livello di Ateneo:

- monitoraggio dei learning agreement degli studenti e dei learning agreement changes per eventuali e successive modifiche (studenti Erasmus, Visiting students etc)
- attività di informazione, supporto ed orientamento agli studenti prima della partenza e durante il periodo di mobilità all'estero
- offerta di corsi gratuiti, impartiti da parte del Centro Linguistico d'Ateneo (CLA), in lingua francese, inglese, tedesco, spagnolo, differenziati in tre livelli (basico, intermedio ed avanzato) per gli studenti dell'Ateneo in mobilità Erasmus
- tutoring sulla didattica, fornito dai docenti coordinatori di accordi interistituzionali o dai responsabili del Dipartimento di riferimento per la mobilità e l'internazionalizzazione
- contributo aggiuntivo su fondi d'Ateneo a cofinanziamento della mobilità degli studenti
- sportelli di orientamento gestiti dal Centro di Orientamento e Tutorato d'Ateneo (COT)
- coordinamento, monitoraggio e supporto delle iniziative per l'integrazione degli studenti diversamente abili da parte dell'Unità Operativa Abilità Diverse, struttura d'Ateneo, che fornisce allo studente, avente diritto e che ne fa richiesta, interventi che riguardano il servizio di tutoring, di assistenza alla persona e la dotazione di attrezzature
- borse di mobilità internazionale erogate dall'Ente Regionale per il Diritto allo studio

Link inserito: <https://www.unipa.it/mobilita/>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	KU Leuven à Faculty of Social Sciences		24/02/2022	solo

				italiano
2	Germania	HAMBURG UNIVERSITAET	01/01/2021	solo italiano
3	Germania	HEINRICH-HEINE-UNIVERSITAET DUESSELDORF	01/01/2021	solo italiano
4	Germania	UNIVERSITAET POTSDAM	01/01/2021	solo italiano
5	Grecia	Panteion University Social and Political Sciences	01/01/2021	solo italiano
6	Lituania	VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS (VGTU)	01/01/2021	solo italiano
7	Polonia	THE UNIVERSITY COLLEGE OF TOURISM AND ECOLOGY	01/01/2021	solo italiano
8	Polonia	UNIWEŚYTET WROCLAWSKI	01/01/2021	solo italiano
9	Portogallo	Instituto Politécnico de Leiria	01/01/2021	solo italiano
10	Portogallo	UNIVERSIDADE DE COIMBRA	01/01/2021	solo italiano
11	Spagna	Fundación Universidad Europea del Atlántico	01/01/2021	solo italiano
12	Spagna	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	01/01/2021	solo italiano
13	Spagna	UNIVERSIDAD DE BURGOS	01/01/2021	solo italiano
14	Spagna	UNIVERSIDAD DE GRANADA	01/01/2021	solo italiano
15	Spagna	UNIVERSIDAD DE MALAGA	01/01/2021	solo italiano
16	Spagna	UNIVERSIDAD DE SEVILLA	01/01/2021	solo italiano
17	Spagna	UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS	01/01/2021	solo italiano
18	Spagna	UNIVERSITAT DE GIRONA	01/01/2021	solo italiano



A LIVELLO DI CORSO DI STUDI:

Il Corso mette in atto azioni specifiche per orientare i propri studenti verso il mondo del lavoro d'intesa con altri Dipartimenti o con Associazioni Studentesche e professionali come, ad esempio, laboratori, lezioni tenute da professionisti ed esperti e seminari informativi sul mondo del lavoro.

In particolare, le docenze dei laboratori vengono frequentemente assegnate a professionisti, a cui si affiancano lezioni tenute da esperti e seminari organizzati a stretto contatto con le aziende.

A LIVELLO DI ATENEO:

U.O. Placement per le aziende e career service per studenti e laureati

Il Servizio Placement promuove metodi di ricerca attiva del lavoro supportando il laureato nello sviluppo di un personale progetto di inserimento professionale (tirocini e/o opportunità di lavoro) in linea con i propri obiettivi lavorativi e le richieste del mercato del lavoro. La mission del placement di Ateneo è quella di ridurre i tempi di transizione tra il conseguimento del titolo di studio e l'ingresso nel mondo del lavoro degli studenti/laureati attraverso l'erogazione dei servizi e lo svolgimento delle attività di seguito illustrate.

I destinatari privilegiati per tali azioni sono i laureandi e i laureati dell'Ateneo.

I servizi, con le loro attività, accompagnano il laureando/laureato in tutte le fasi del processo di inserimento nel mondo del lavoro che vanno dalla ricerca delle offerte professionali (qualitativamente in linea con il suo profilo e le sue aspirazioni) alla stesura del curriculum, fino alla preparazione per sostenere un colloquio di lavoro (tecniche di comunicazione efficace, tecniche di self-marketing, empowerment delle soft skill).

Le attività U.O. Placement per le aziende e career service per studenti e laureati:

- Sportello (con apertura nei giorni indicati sul sito) per fornire informazioni e offrire uno spazio destinato ai colloqui individuali mirati alla ricerca di lavoro o alla soluzione di alcuni problemi connessi con la ricerca di lavoro;

- Career counseling: incontri individuali rivolti a studenti e laureati per la costruzione di un progetto di sviluppo di carriera coerente con la propria formazione, le proprie competenze, capacità, abilità, interessi e con l'evoluzione del mondo del lavoro e delle professioni;

- Organizzazione di seminari informativi e di orientamento al lavoro (organizzati anche su richiesta dei corsi di laurea/dipartimenti). Sono open day rivolti a studenti e laureati dell'Ateneo per far conoscere il Placement (attività, iniziative, modalità di accesso ai servizi, job-bank di Ateneo - Almalaurea) e per riflettere sulle azioni più efficaci da mettere in campo per l'inserimento lavorativo e sulle modalità di svolgimento dei processi di selezione del personale;

- Workshop sulla Selezione del Personale (organizzati anche su richiesta dei corsi di laurea/dipartimenti). Sono laboratori rivolti a studenti e laureati con simulazioni ed esercitazioni pratiche sulla socializzazione al lavoro (dove e come cercare opportunità di lavoro, come scrivere un curriculum vitae efficace) e l'empowerment delle soft skills (comunicazione efficace, gestione dei colloqui di lavoro individuali e di gruppo);

- Incrocio domanda-offerta di lavoro attraverso il ricorso ad una banca dati che, a partire dal 12 marzo 2015, è fornita dal Consorzio ALMALAUREA cui unipa ha aderito. La banca dati contiene: le aziende che, con i loro desiderata, pubblicano le offerte di posizioni lavorative e/o di tirocini che i laureati possono visualizzare e a cui possono candidarsi; i curricula dei laureati, raccogliendo alcune informazioni da parte dei laureandi all'atto della domanda di laurea on line e che, successivamente al conseguimento della laurea, gli stessi laureati potranno aggiornare inserendo nuove esperienze formative e/o lavorative acquisite o nuovi dati di contatto al fine di renderli visibili alle aziende che hanno la possibilità di mettersi in contatto diretto con i potenziali candidati alle loro offerte di lavoro/tirocini;

- Organizzazione di eventi di recruiting quali i career day e i recruiting day (in presenza o online) ossia eventi durante i quali gli studenti e i laureati hanno l'opportunità di entrare in contatto con i Manager e i Responsabili delle Risorse Umane delle aziende partecipanti, prendere parte alle presentazioni aziendali, consegnare il proprio curriculum e sostenere colloqui individuali. Gli eventi di recruiting sono di due tipologie: il cd Recruiting day che vede il coinvolgimento di una sola azienda e il cd Career day che coinvolge più aziende dello stesso settore o di settori diversi;

- Organizzazione di eventi quali i Placement day (in presenza o online) di dipartimento ossia eventi rivolti a studenti e laureati durante i quali il servizio di placement di ateneo illustra le attività volte a favorire l'incrocio domanda-offerta di lavoro, le aziende raccontano e illustrano i loro desiderata, le loro necessità, i loro bisogni professionali attuali e potenziali e gli ex alumni raccontano il loro percorso di studio e professionale.

- Promozione dei Tirocini extracurricolari rivolti a coloro che hanno conseguito un titolo accademico presso l'Ateneo di Palermo, da svolgere in aziende, enti pubblici, associazioni, fondazioni, etc. sia italiane che estere;

- Progettazione di azioni di placement e career service finanziate con fondi regionali, ministeriali ed europei, partecipazione a bandi pubblici (ad es. progetto Fixo, garanzia giovani, Servizio civile, etc.)

- Promozione e stipula di convenzioni e protocolli di intesa con le più importanti Agenzie per il Lavoro, Enti ed Associazioni datoriali al fine di collaborare in sinergia per la generazione e la condivisione circolare di opportunità di lavoro qualificato.

Descrizione link: Servizio Placement di Ateneo

Link inserito: <https://www.unipa.it/target/laureati/>



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Il Consiglio di Coordinamento delle L20, LM 59, LM 92 e LM-GASTR supporta la formazione degli studenti con attività collaterali che possono dar luogo al riconoscimento di CFU. Tali iniziative possono essere di diverse tipologie (l'elenco non è da ritenersi esaustivo):

16/05/2024

- attività laboratoriali liberamente organizzate dai docenti a supporto della didattica istituzionale;

- seminari su temi di rilevante interesse professionale e culturale, organizzati dai docenti di concerto con le associazioni studentesche, accompagnati da una verifica finale per il riconoscimento dei CFU;

- partecipazione degli studenti come uditori ai convegni organizzati dai docenti, accompagnata da una verifica finale per il riconoscimento dei CFU.

Descrizione link: Pagina seminari del sito del CdS

Link inserito: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289/seminari/>



QUADRO B6

Opinioni studenti

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: scheda RIDO 2023



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

12/09/2024

Descrizione link: Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Link inserito: <https://offertaformativa.unipa.it/offweb/datistudente?>

[anno_accademico=2023&lingua=ITA&codicione=0820107313300001](https://offertaformativa.unipa.it/offweb/datistudente?anno_accademico=2023&lingua=ITA&codicione=0820107313300001)

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare



28/05/2024

L'organizzazione dell'Ateneo si basa sulla distinzione tra le funzioni di indirizzo e di governo attribuite al Rettore, al Consiglio di Amministrazione e al Senato Accademico e le funzioni di gestione finanziaria, tecnica ed amministrativa attribuite al Direttore Generale e ai Dirigenti, ad esclusione della gestione della ricerca e dell'insegnamento in conformità del decreto legislativo 30 marzo 2001 n. 165 e ss.mm.ii.

La struttura tecnico amministrativa è definita dal Consiglio di Amministrazione su proposta del Direttore Generale, tenendo conto delle linee programmatiche dell'Ateneo.

Il Direttore Generale, sulla base degli obiettivi e degli indirizzi fissati dal Consiglio di Amministrazione, ha la responsabilità dell'organizzazione e gestione dei servizi, delle risorse strumentali e del personale tecnico amministrativo dell'Ateneo.

Il modello organizzativo adottato dall'Ateneo ha struttura mista:

- di tipo funzionale, declinata per unità organizzative diversamente articolate, in relazione ai volumi e alla complessità delle attività gestite;
- di tipo trasversale e ad hoc (es. Unità di Processo deputate al presidio di processi di natura trasversale che fungano da collegamento tra le diverse strutture di Ateneo, Unità di Staff deputate al presidio di processi strategici e innovativi, Gruppi di lavoro, ecc.).

Le Unità Organizzative dell'Ateneo dedicate alle attività tecnico-amministrative sono distinte in tre livelli, in relazione alla rilevanza e al grado di complessità e di professionalità richiesti per l'espletamento, il coordinamento e il controllo delle connesse attività.

Le Unità organizzative di primo livello sono dedicate alla gestione di macro processi corrispondenti allo svolgimento di più compiti istituzionali o ad una pluralità di ambiti di attività con valenza strategica o innovativa. In considerazione delle dimensioni dell'Università degli Studi di Palermo, le Unità Organizzative di primo livello sono poste sotto la responsabilità di soggetto con incarico di funzione dirigenziale e dotate di autonomia gestionale, sotto il coordinamento del Direttore Generale ed articolate in Settori.

Le Unità Organizzative di secondo livello sono dedicate al presidio e al coordinamento di uno o più ambiti di attività, all'interno di uno o più macro processi o ambiti di attività con valenza strategica o innovativa. Sono unità organizzative poste sotto la responsabilità di personale di categoria EP individuato in base a requisiti professionali e curriculari coerenti con le caratteristiche della posizione organizzativa da ricoprire e con gli obiettivi da raggiungere. Sono da considerarsi unità organizzative di cui al presente comma i Settori nell'ambito delle Aree e i Settori nell'ambito dei Servizi.

Le Unità Organizzative di terzo livello sono finalizzate allo svolgimento o al coordinamento diretto di singoli ambiti di attività. L'istituzione di tale tipologia di unità è subordinata all'esistenza di livelli di complessità che ne giustificano l'attivazione rispetto a quella sovraordinata. Sono unità organizzative poste sotto la responsabilità di personale di categoria D, individuato in base a requisiti

professionali e curriculari coerenti con la posizione da ricoprire e con gli obiettivi da raggiungere.

Per specifiche e motivate esigenze il Direttore Generale, inoltre, può conferire incarichi di funzione specialistica o specifici qualificati incarichi di responsabilità a personale di categoria D, C e B.

Il Direttore Generale ed i dirigenti

Sono responsabili del risultato dell'attività svolta dagli uffici ai quali sono preposti, della realizzazione dei programmi e dei progetti loro affidati in relazione agli obiettivi fissati dagli organi di governo, dei rendimenti e dei risultati della gestione finanziaria, tecnica ed amministrativa, incluse le decisioni organizzative e di gestione del personale.

Aree Dirigenziali:

- Area affari generali e centrale acquisti
- Area didattica e servizi agli studenti
- Area economico-finanziaria e patrimoniale
- Area edilizia, servizio tecnico e sostenibilità

- Area organizzazione e sviluppo delle risorse umane
- Area ricerca e trasferimento tecnologico
- Area sistemi informativi di Ateneo
- Area terza missione e relazioni internazionali

La struttura organizzativa dei Dipartimenti prevede, per i 16 Dipartimenti attivati, un'articolazione in Unità Operative e Funzioni Specialistiche che si aggiungono alla figura cardine del Responsabile Amministrativo di Dipartimento, e che, si articolano in Unità Operative, che per ciascun Dipartimento comprendano almeno le funzioni dedicate alla gestione della Didattica e Internazionalizzazione, della Ricerca e Terza Missione, degli Affari Generali e Istituzionali, della Contabilità e Bilancio e dei Servizi Generali, Logistica, Sicurezza e ICT, inglobando in quest'ultima anche le attività relative ai Laboratori.

I 16 Dipartimenti hanno le seguenti denominazioni:

- Architettura;
- Biomedicina, Neuroscienze e Diagnostica Avanzata;
- Culture e Società;
- Fisica e Chimica;
- Giurisprudenza;
- Ingegneria;
- Matematica e Informatica;
- Medicina di Precisione in Area Medica, Chirurgica e Critica
- Promozione della Salute, Materno-Infantile, di Medicina Interna e Specialistica di eccellenza 'G. D'Alessandro';
- Scienze Agrarie, Alimentari e Forestali;
- Scienze della Terra e del Mare;
- Scienze e Tecnologie Biologiche Chimiche e Farmaceutiche;
- Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche;
- Scienze Politiche e delle relazioni internazionali;
- Scienze Psicologiche, Pedagogiche, dell'Esercizio Fisico e della Formazione;
- Scienze Umanistiche.

A far data dal 1° novembre 2019 (con delibera del CdA del 25/07/2019) è stata approvata la disattivazione di tutte le Scuole di Ateneo e l'attivazione della sola Scuola di Medicina e Chirurgia.

Sono altresì presenti i seguenti Servizi di Ateneo:

- Sistema Museale di Ateneo (SIMUA)
- Advanced Technologies Network Center (ATeN)
- A.S.CENT - Centre of Advanced Studies
- Centro di Sostenibilità e Transizione Ecologica
- Centro per gli studi e le politiche di genere (Artemisia)
- Centro di Ateneo per le neurodiversità e le disabilità (CeNDiS)
- Servizio Integrato di Ateneo per il Supporto Psicologico (S.I.A.S.P)
- Consigliera di fiducia e sportello antiviolenza per le pari opportunità

Sono, inoltre, attivi i seguenti tre Poli Territoriali Decentrati:

- Polo di Agrigento;
- Polo di Caltanissetta;
- Polo di Trapani.

Alle suddette strutture si aggiungono anche: la Scuola di Lingua Italiana per Stranieri (ITASTRA), il Centro Linguistico d'Ateneo (CLA) e il Comitato per lo Sport Universitario (CSU).

La gestione dell'Assicurazione di Qualità a livello di Ateneo è articolata secondo diverse modalità:

(<https://www.unipa.it/ateneo/assicurazione-della-qualita-aq/documenti-strategici-e-programmatici-dellateneo/Politiche-pianificazione-strategica/>)

Obiettivi generali del sistema AQ

L'Ateneo si pone le seguenti strategie generali per la Qualità intesa come capacità di porsi obiettivi di valore e di raggiungerli adottando strumenti per misurare l'efficacia delle azioni e aumentare la rispondenza tra obiettivi e risultati:

- piena integrazione tra le diverse missioni dell'Ateneo, didattica, ricerca, terza missione/impatto sociale, al fine di valorizzarne le reciproche influenze;
- diffusione della cultura della Qualità attraverso il massimo coinvolgimento e la condivisione con tutte le componenti della comunità accademica al fine di renderle consapevolmente partecipi degli obiettivi e delle modalità individuate per perseguire il miglioramento continuo;
- valorizzazione del rapporto con le forze produttive e il territorio, principali interlocutori dell'Ateneo, mirando ad intercettare la domanda di competenze necessarie a svolgere le nuove professioni richieste dalle trasformazioni socio-economiche;
- attenzione costante alla dimensione internazionale delle azioni proposte;
- accurato monitoraggio dei dati e degli indicatori individuati a supporto di tutti i processi decisionali in un'ottica di miglioramento continuo;
- valorizzazione delle competenze presenti in Ateneo sulla base di criteri di merito;
- predisposizione di processi trasparenti di valutazione e autovalutazione dell'attività delle strutture di ricerca, della didattica e dei servizi erogati;
- garanzia della tutela del diritto allo studio;
- riconoscimento e garanzia, nell'ambito della comunità universitaria, di uguale dignità e pari opportunità, promuovendo una cultura libera da ogni forma di discriminazione.

Responsabilità per l'AQ a livello di Ateneo:

Gli Organi di Governo costituiti da: Rettore, Direttore Generale, Consiglio di Amministrazione (CdA) e Senato Accademico (SA):

- stabiliscono la Politica e gli obiettivi generali e specifici di AQ;
- assicurano la disponibilità delle risorse necessarie all'attuazione e al controllo del Sistema di AQ.

Il Nucleo di valutazione di Ateneo (NdV):

- valuta l'efficacia complessiva della gestione AQ di Ateneo;
- accerta la persistenza dei requisiti quantitativi e qualitativi per l'accreditamento iniziale e periodico dei CdS e della sede;
- verifica che i rapporti di riesame siano redatti in modo corretto e utilizzati per identificare e rimuovere tutti gli ostacoli al buon andamento delle attività;
- formula raccomandazioni volte a migliorare la qualità delle attività dell'Ateneo;
- redige annualmente una relazione secondo quanto previsto dall'Allegato VII del documento ANVUR "Autovalutazione, valutazione e accreditamento del sistema universitario italiano", e la invia al MUR e all'ANVUR mediante le procedure informatiche previste.

Il Presidio della Qualità di Ateneo (PQA):

- definisce la struttura del Sistema di AQ di Ateneo;
- organizza il Sistema di AQ di Ateneo;
- attua l'implementazione e il controllo della Politica per la Qualità definita dagli OO GG;
- organizza e supervisiona strumenti comuni per l'AQ di Ateneo, vigilando sull'adeguato funzionamento;
- effettua le attività di misurazione e monitoraggio previste dal Sistema di AQ di Ateneo, fornendo suggerimenti per il continuo miglioramento.

La Commissione Paritetica Docenti Studenti (CPDS):

- formula proposte al NdV per il miglioramento della qualità e dell'efficacia delle strutture didattiche;
- attua la divulgazione delle politiche adottate dall'Ateneo in tema qualità presso gli studenti;
- effettua il monitoraggio dell'andamento degli indicatori che misurano il grado di raggiungimento degli obiettivi della didattica a livello di singole strutture;
- redige una relazione annuale, attingendo dalla SUA-CdS, dai risultati delle rilevazioni dell'opinione degli studenti e da altre fonti disponibili istituzionalmente.

Il Dipartimento:

- organizza il Sistema di AQ di Dipartimento;
- effettua le attività di misurazione, monitoraggio e miglioramento previste dal Sistema di AQ di Dipartimento;

- diffonde tra tutto il personale coinvolto nell'erogazione del servizio la necessità di soddisfare i requisiti dello Studente e delle PI e i requisiti cogenti applicabili;
- gestisce le attività di formazione di sua competenza ed in particolare quelle relative al Sistema di AQ;
- effettua il riesame del sistema di governo dipartimentale (didattica, ricerca e terza missione/impatto sociale);
- è responsabile del Rapporto di Riesame del proprio sistema di governo

Il Corso di Studi:

- organizza il Sistema di AQ del Corso di Studi;
- effettua le attività di misurazione, monitoraggio e miglioramento previste dal Sistema di AQ del Corso di Studi;
- diffonde tra tutto il personale coinvolto nell'erogazione del servizio la necessità di soddisfare i requisiti dello Studente e delle PI e i requisiti cogenti applicabili;
- gestisce le attività di formazione di sua competenza ed in particolare quelle relative al Sistema di AQ;
- è responsabile del monitoraggio annuale, del Rapporto di Riesame ciclico e della scheda SUA CdS.

Tutti i processi che influenzano la qualità sono governati da procedure che definiscono le responsabilità tra le varie aree funzionali al processo descritto.

Tutta la documentazione relativa alla Assicurazione di Qualità è reperibile alla pagina:

<http://www.unipa.it/ateneo/assicurazione-della-qualita-aq/>

Descrizione link: Assicurazione della qualità

Link inserito: <http://www.unipa.it/ateneo/assicurazione-della-qualita-aq/>



QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

02/02/2023

La gestione dell'assicurazione della qualità del Corso di Studio è demandata ai seguenti Attori:

- Il Coordinatore del Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse
- Il Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse
- Commissione di gestione AQ del Corso di Studio di classe/interclasse

Che esercitano le funzioni di seguito specificate:

Il Coordinatore del Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse (CCdS/CI) (art. 38 dello Statuto)

- Rappresenta il Corso di Studio nei rapporti con l'Ateneo e con l'esterno;
- Presiede il CCdS/CI e lo convoca secondo le modalità previste dal Regolamento;
- Collabora, come coordinatore della CAQ-CdS alla stesura delle Schede di Monitoraggio Annuale e dei Rapporti Ciclici di Riesame CdS;
- Promuove qualsiasi altra iniziativa volta al miglioramento della didattica, avendo cura di darne adeguata evidenza nelle procedure di qualità;
- Monitora, in collaborazione con la CAQ-CdS e CAQ-DD, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto.

Il Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse (CCdS/CI) (art. 36, commi 3 e 4 dello Statuto)

- Coordina, programma, organizza e valuta l'attività didattica del corso di studio, sentiti i Dipartimenti e le Scuole, ove costituite;
- Elabora, delibera e propone al dipartimento o alla Scuola, ove costituita, il manifesto degli studi;
- Gestisce le carriere degli studenti, ivi compresi i programmi di mobilità degli studenti;
- Nomina le commissioni d'esame di profitto e di laurea;
- Formula ed approva il Regolamento organizzativo del CdS;
- Coordina i programmi degli insegnamenti attivati.

- Collabora con la CPDS per il monitoraggio dell'offerta formativa e la verifica della qualità della didattica.

Commissione di gestione AQ del Corso di Studio di classe/interclasse (CAQ-CdS)

- Provvede alla verifica e valutazione degli interventi mirati al miglioramento della gestione del CdS, e alla verifica ed analisi approfondita degli obiettivi e dell'impianto generale del CdS.

- Redige inoltre la Scheda di monitoraggio annuale (SMA) e il Riesame ciclico.

La SMA tiene sotto controllo la validità della progettazione, la permanenza delle risorse, attraverso il monitoraggio dei dati, la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati e la pianificazione di azioni di miglioramento.

Il Rapporto di Riesame ciclico consiste nell'individuazione di azioni di miglioramento, valutando:

- a) l'attualità della domanda di formazione che sta alla base del CdS;
- b) le figure professionali di riferimento e le loro competenze;
- c) la coerenza dei risultati di apprendimento previsti dal CdS nel suo complesso e dai singoli insegnamenti;
- d) l'efficacia del sistema AQ del CdS;
- e) i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS;
- f) la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza.

La Commissione AQ del Corso di Studio di classe/interclasse, nominata dal Consiglio di Corso di Studio, è composta dal Coordinatore del Corso di Studio (che svolge le funzioni di Coordinatore della Commissione), da due docenti del Corso di Studio, da un'unità di personale tecnico-amministrativo (su proposta del CCdS tra coloro che prestano il loro servizio a favore del CdS), e da uno studente scelto dai rappresentanti degli studenti in seno al Consiglio di Corso di Studio (che non potrà coincidere con lo studente componente della Commissione Paritetica Docenti-Studenti).

Descrizione link: Assicurazione della qualità

Link inserito: <http://www.unipa.it/ateneo/assicurazione-della-qualita-aq/>

▶ QUADRO D3 | Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

02/02/2023

La gestione dell'Assicurazione di Qualità del Corso di Studi è articolata nelle seguenti quattro fasi*:

- 1) Plan (progettazione)
- 2) Do (gestione)
- 3) Check (monitoraggio e valutazione)
- 4) Act (azioni correttive e di miglioramento)

Le azioni correttive e di miglioramento scaturenti dalla relazione della Commissione Paritetica, dagli indicatori della Scheda di Monitoraggio Annuale, dal Verbale di Riesame ciclico, dalle segnalazioni delle parti interessate e da ogni eventuale indicazione dell'ANVUR e del MIUR sono a carico del Coordinatore del CdS e della Commissione AQ del CdS.

*Per i tempi e i modi di attuazione delle quattro fasi si rimanda al documento pdf allegato

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Schema gestione assicurazione della qualità

▶ QUADRO D4 | Riesame annuale

02/02/2023

Fonte: 'Linee Guida per il Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo', esitate dal PQA il 21/04/2021.

Il processo di riesame riguarda le attività di monitoraggio annuale degli indicatori (SMA) e il riesame ciclico.

L'attività di riesame (autovalutazione) si sostanzia principalmente nell'individuazione di punti di forza, individuazione di aree di criticità, definizione di eventuali azioni correttive, definizione di azioni di miglioramento.

Il riesame viene redatto dalla Commissione AQ del CdS (CAQ-CdS) e approvato dal CCdS. La CAQ-CdS è composta dal CCCdS/CI che lo presiede, due Docenti, una unità di personale Tecnico-Amministrativo ed un rappresentante degli Studenti.

La SMA tiene sotto controllo la validità della progettazione, la permanenza delle risorse, attraverso il monitoraggio dei dati, la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati e la pianificazione di azioni di miglioramento.

Il Rapporto di Riesame ciclico contiene un'autovalutazione approfondita della permanenza della validità dei presupposti fondanti il Corso di Studio e dell'efficacia del sistema di gestione adottato. Consiste nell'individuazione di azioni di miglioramento, valutando:

- a) l'attualità della domanda di formazione che sta alla base del CdS;
- b) le figure professionali di riferimento e le loro competenze;
- c) la coerenza dei risultati di apprendimento previsti dal CdS nel suo complesso e dai singoli insegnamenti;
- d) l'efficacia del sistema AQ del CdS;
- e) i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS;
- f) la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza.

Il RRC documenta, analizza e commenta:

- i principali mutamenti intercorsi dal Riesame ciclico precedente, anche in relazione alle azioni migliorative messe in atto;
- i principali problemi, le sfide, i punti di forza e le aree da migliorare che emergono dall'analisi del periodo in esame e dalle prospettive del periodo seguente;
- i cambiamenti ritenuti necessari in base a mutate condizioni, agli elementi critici individuati, a nuovi traguardi rivisitati;
- le azioni volte ad apportare miglioramenti, strumenti e modalità di monitoraggio.

Il CdS pubblicherà nella pagina web dedicata le relazioni del riesame e i verbali delle riunioni della Commissione AQ che vengono svolte nel corso dell'A.A.

Link inserito: <http://>



QUADRO D5

Progettazione del CdS

02/02/2023

In allegato il Documento di progetto predisposto dal Comitato Ordinatore

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Comunicazione per l'enogastronomia - Documento di progetto



QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio



QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria





Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di PALERMO
Nome del corso in italiano 	Comunicazione per l'enogastronomia
Nome del corso in inglese 	Food Communication
Classe 	LM/GASTR - Scienze economiche e sociali della gastronomia & LM-92 - Teorie della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso 	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea 	https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289
Tasse	https://www.unipa.it/target/studenti-iscritti/tasse-agevolazioni/tasse-contributi/index.html
Modalità di svolgimento 	a. Corso di studio convenzionale



Corsi interateneo



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione

Docenti di altre Università

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS

MANGANO Dario

Organo Collegiale di gestione del corso di studio

Comitato Ordinatore nominato con Decreto del Direttore del Dip. Culture e Società n. 160/2022

Struttura didattica di riferimento

Culture e società (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	BRTCTL64R50F839J	BERTONI	Clotilde	L-FIL-LET/10	10/F1	PO	1	
2.	GNNLCA79A51D423N	GIANNITRAPANI	Alice	M-FIL/05	11/C	RD	1	
3.	MNGDRA73H19G273L	MANGANO	Dario	M-FIL/05	11/C4	PO	1	
4.	MRRGNN59M12G273X	MARRONE	Giovanni	M-FIL/05	11/C4	PO	1	
5.	MSCMTT68S28F257S	MESCHIARI	Matteo	M-GGR/01	11/B1	PA	1	
6.	VNTLRI82C66G273G	VENTURA BORDENCA	Ilaria	M-FIL/05	11/C	RD	1	

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Comunicazione per l'enogastronomia



Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
Cappadonia	Marta	marta.cappadonia@you.unipa.it	
Bono	Caterina	caterina.bono05@you.unipa.it	
Larocca	Alessia	alessia.larocca02@you.unipa.it	



Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Nessun nominativo attualmente inserito	



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
CRESCIMANNO	Emanuele		Docente di ruolo
VENTURA BORDENCA	Ilaria		Docente di ruolo
MANGIAPANE	Francesco		Docente di ruolo
MANGANO	Dario		Docente di ruolo
MARRONE	Giovanni		Docente di ruolo
GIANNITRAPANI	Alice		Docente di ruolo



Programmazione degli accessi



Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No

▶ Sedi del Corso 

 Errore: nessuna SEDE attualmente inserita

▶ Eventuali Curriculum 

Non sono previsti curricula

▶ Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor 

Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
BERTONI	Clotilde	BRTCTL64R50F839J	
MARRONE	Giovanni	MRRGNN59M12G273X	
MESCHIARI	Matteo	MSCMTT68S28F257S	
MANGANO	Dario	MNGDRA73H19G273L	
GIANNITRAPANI	Alice	GNNLCA79A51D423N	
VENTURA BORDENCA	Ilaria	VNTLRI82C66G273G	

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

CRESCIMANNO	Emanuele	
VENTURA BORDENCA	Ilaria	
MANGIAPANE	Francesco	
MANGANO	Dario	
MARRONE	Giovanni	
GIANNITRAPANI	Alice	



Altre Informazioni



Codice interno all'ateneo del corso

Massimo numero di crediti riconoscibili

DM 16/3/2007 Art 4 [Nota 1063 del 29/04/2011](#)



Date delibere di riferimento



Data di approvazione della struttura didattica	29/11/2022
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	12/01/2023
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	03/11/2022 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	12/01/2023



Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

Linee guida ANVUR

1. *Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS*
2. *Analisi della domanda di formazione*
3. *Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi*
4. *L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)*
5. *Risorse previste*
6. *Assicurazione della Qualità*

Il Presidio di Qualità di Ateneo ha deliberato in data 09.01.2023 le osservazioni sul CdS (punto 2 all'OdG). L'analisi da parte del PQA è stata condotta alla luce del documento Linee guida per la progettazione e l'attivazione dei Corsi di Studio dell'Offerta Formativa 2023-2024, approvato dal Senato Accademico il 5 ottobre 2022 sulla base del DM 1154/2021 e dalle Linee Guida ANVUR per la progettazione in qualità dei corsi di studio di nuova istituzione per l'A.A. 2023-2024 nonché delle Linee Guida CUN per la scrittura degli Ordinamenti Didattici 2023-2024.

L'analisi del PQA ha riguardato il Documento di Progettazione e la Scheda SUA.

Il CUN si è espresso sull'ordinamento didattico nell'adunanza del 26.01.2023, e ha formulato alcune osservazioni. L'analisi preliminare per identificare e definire i profili culturali e professionali in relazione alle esigenze di sviluppo culturale è motivata e convincente. La scelta culturale e scientifica è in linea con un progetto di formazione di una figura professionale di esperto di comunicazione per l'enogastronomia.

Nell'Ateneo è presente un solo CdS di classe LM-92 (Comunicazione del patrimonio culturale) e nessuno di classe LM/GASTR - Scienze economiche e sociali della gastronomia.

a) Trasparenza

Ai fini dell'accreditamento iniziale, il NdV verifica che siano presenti tutte le informazioni richieste dalle sezioni della Amministrazione e Qualità della SUA-CdS.

In particolare, la consultazione con le organizzazioni rappresentative, la cui sintesi è riportata nel documento allegato al quadro A1.a della SUA-CdS, è avvenuta in occasione di un incontro realizzato presso la Chiesa di Sant'Antonio Abate all'interno del complesso Steri in data 03/11/2022. La consultazione è stata effettuata dal Comitato Ordinatore.

È stata coinvolta un'ampia ed eterogenea rappresentanza del mondo della cultura, delle istituzioni e delle imprese del settore enogastronomico. Fra gli altri erano presenti: il Presidente della Fondazione "Le Vie dei Tesori", un giornalista enogastronomico del "Gambero Rosso", il Presidente del "CORERAS", un delegato dell'Accademia italiana della cucina. Le conoscenze richieste per l'accesso sono definite chiaramente.

I risultati di apprendimento sono descritti in maniera adeguata e convincente.

I profili culturali e professionali, le funzioni e le competenze sono coerenti con i risultati di apprendimento.

Gli obiettivi delle attività formative sono coerenti con i risultati di apprendimento.

Trattandosi di proposta di nuova istituzione, alcuni campi non possono ancora essere compilati (per es., il quadro A1.b. sulle consultazioni successive con le organizzazioni rappresentative di beni e servizi, il quadro B1 sul regolamento didattico del Corso, il quadro B2.a-c. sul calendario delle attività formative: lezioni, esami, prova finale). Non sono stati presentati eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio (quadro D6).

b) Requisiti di Docenza

Sulla base di quanto previsto dal DM 1154/2021, per il CdL proposto sono presenti 6 docenti necessari (con peso 1), di cui almeno 4 Professori a tempo indeterminato. Almeno il 50% dei docenti di riferimento afferisce a macrosettori corrispondenti ai SSD di base o caratterizzanti del CdS. Il requisito risulta verificato.

c) Limiti alla parcellizzazione delle attività didattiche e alla diversificazione dei corsi di studio

Il NdV rileva che il piano di studi del CdS proposto non comprende insegnamenti caratterizzanti che prevedano un numero di CFU inferiore a 6.

d) Risorse strutturali

Le informazioni relative alle risorse strutturali, inserite nelle sezioni dedicate della SUA-CdS (quadro B4), indicano le aule,

le biblioteche e le sale lettura disponibili.

e) Requisiti per l'Assicurazione di Qualità

È documentata la presenza di un sistema di Assicurazione della Qualità per tutti i CdS dell'Ateneo tanto quanto a "Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo" (D1) che a "Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio" (D2).

Al termine della propria analisi, il Nucleo di Valutazione ritiene che il Corso di Studio proposto risponda ai requisiti di accreditamento iniziale definiti dall'ANVUR e, pertanto, esprime parere favorevole all'istituzione del CdS.

Descrizione link: Relazione tecnica sui CdS di nuova istituzione 2023-24

Link inserito: https://www.unipa.it/ateneo/nucleodivalutazione/content/documenti_Attivita_verbali_verbali_2023/Allegato-al-verbale-del-NdV---13-15-febbraio-2023---Relazione-tecnica-sui-CdS-di-nuova-istituzione-2023-24.pdf

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Estratto del verbale del 13-15 febbraio - Approvazione Relazione tecnica offerta formativa 2023-24



Il corso di studi interclasse in Comunicazione per l'enogastronomia è il primo corso di laurea di questo genere nel territorio italiano, e non solo. Esso mette insieme le finalità formative della classe di laurea in Teorie della comunicazione (LM92) con quelle delle Scienze economiche e sociali sulla enogastronomia (LM/GASTR), in modo da formare esperti in entrambi i settori, così che i contenuti di LM/GASTR possano essere comunicati al meglio grazie alle teorie e alle tecniche di LM92. Si tratta quindi di una declinazione specialistica dei saperi della comunicazione che differisce profondamente da una LM come quella in Comunicazione del patrimonio culturale, già attiva nel Dipartimento ma di taglio più strettamente comunicativo, oltre che più orientata alla valorizzazione e fruizione del patrimonio storico-artistico. Questo taglio rende inoltre la LM un possibile sbocco per il corso di Laurea triennale in Scienze Gastronomiche che viene istituito con l'Offerta Formativa 2023-24

La ragione di questa convergenza fra aree formative in apparenza lontane – ma in realtà con molti punti in comune – risiede tanto negli sviluppi del settore produttivo quanto nei risultati della ricerca. Da una parte, ormai da un paio di decenni, il comparto relativo all'enogastronomia è cresciuto in modo esponenziale, coinvolgendo, innanzitutto, le attività produttive e, dall'altro, il mondo dei consumi, dunque 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. Generando 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, i quali comprendono questioni di grandissima portata come la domanda circa la qualità della vita, la sostenibilità ambientale, la costruzione e ricostruzione dell'identità, individuale e collettiva, le politiche di genere, il mondo dei media (vecchi e nuovi), le ultime tendenze nel campo delle arti, della musica e della moda e così via. In poche parole, il cibo e la cucina sono legittimati come oggetti di studio scientifico giusto nel momento in cui si avverte una forte domanda sociale e culturale nei loro confronti.

Questo fenomeno, d'altra parte, avendo delle grosse ricadute anche sul piano economico e aziendale, nonché un evidente riscontro nel campo delle politiche pubbliche e della redistribuzione del reddito, necessita sempre di più di competenze specifiche che provengano dal mondo – esso stesso variegato e complesso – delle teorie e delle tecniche della comunicazione sociale e istituzionale, aziendale e di brand; competenze linguistiche innanzitutto, strategiche in senso lato, pronte a coinvolgere la molteplicità di linguaggi oggi presenti nel mondo dei media e della rete, dei social network e delle loro ricadute sul piano dell'esperienza vissuta, della vita quotidiana.

Questo incontro fra i contenuti formativi di LM/GASTR con quelli di LM92, a sua volta, va sviscerato in tutte le sue potenzialità. In primo luogo, si tratta di formare dei tecnici della comunicazione che abbiano una competenza specifica del mondo dell'enogastronomia, che sappiano dunque affrontare le sfide che questo mondo pone sia quando entra nel mercato (sicuramente il più sviluppato del pianeta) sia quando impatta con la società, con l'esistenza umana e sociale, con

il ripensamento dell'ambiente e del clima. In particolare, poi, la formazione di comunicatori da inserire nel comparto enogastronomico si rivela per il Meridione d'Italia, e in particolare per la Sicilia, particolarmente urgente, necessaria, fruttuosa. Saper parlare del cibo, sapere cosa dire e come dirlo, è necessario per chiunque si occupi di cibo e alimentazione nei suoi vari fronti. La domanda di comunicatori è non a caso oggi molto pressante.

Eppure, in secondo luogo, gli intenti formativi di questa nuova classe di laurea non si esauriscono in questo, pur basilare, obiettivo promozionale. Il cibo infatti, nei suoi molteplici aspetti e addentellati (fenomenologia del gusto e coinvolgimento olistico del corpo, cucina e tecniche di cottura, consapevolezza circa la provenienza e la qualità delle materie prime, organizzazione dei menu, gestione e articolazione della sala, dinamiche della convivialità, smaltimento dei rifiuti etc.) è a sua volta una forma di comunicazione – o, meglio, genera, rilancia e attira su di sé molteplici forme comunicative, linguaggi di natura e potenza assai diverse, sistemi di segni d'ogni tipo i quali, spesso, sono tanto più stringenti ed efficaci quanto più restano inconsapevoli, irreflessi. Cucinare, far la spesa, mangiare, partecipare al banchetto etc. è – anche se involontariamente – emettere e interpretare ampi e numerosi flussi semiotici che parlano d'altro rispetto al cibo stesso: parlano delle organizzazioni sociali, della corporeità, delle relazioni fra uomo e natura, fra uomo e animale, fra uomo e dio etc.

Così, incrociare la comunicazione che parla del cibo con la comunicazione fatta dal cibo stesso è l'obiettivo formativo di questo corso. Anche perché, in fondo, questi due aspetti, non solo si incrociano già nelle pratiche sociali concrete, ma, spesso, usano le medesime forme, hanno le medesime strutture. Il mondo dei media, che lancia e rilancia contenuti circa la enogastronomia, non fa che confermarlo di continuo: parlare del cibo è metterlo in condizioni di significare; far parlare il cibo è esprimerne le immense potenzialità socio-antropologiche.



Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento



Il Comitato Regionale Universitario della Sicilia approva la proposta di istituzione del Corso di Laurea Magistrale 'Comunicazione per l'enogastronomia'



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale CRUS

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2023	202492634	ALIMENTAZIONE E SALUTE <i>semestrale</i>	MED/49	Silvio BUSCEMI CV Professore Ordinario (L. 240/10)	MED/49	40
2	2023	202492654	ANALISI SENSORIALE E PRODUZIONE VINICOLA <i>semestrale</i>	AGR/16	Nicola FRANCESCA CV Professore Associato (L. 240/10)	AGR/16	40
3	2023	202492642	DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Ilaria VENTURA BORDENCA CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	M-FIL/05	40
4	2023	202492632	DIRITTO DELL'AGROALIMENTARE <i>semestrale</i>	IUS/01	Docente non specificato		40
5	2023	202492632	DIRITTO DELL'AGROALIMENTARE <i>semestrale</i>	IUS/01	Ivan Libero NOCERA Professore Associato (L. 240/10) Università degli Studi di BERGAMO	IUS/01	40
6	2024	202402818	ETNOGASTRONOMIA <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Docente di riferimento Matteo MESCHIARI CV Professore Associato (L. 240/10)	M-GGR/01	60
7	2024	202402810	INTERNATIONAL FOOD WRITING (modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING) <i>annuale</i>	M-FIL/05	Mette RUDVIN CV Professore Associato (L. 240/10)	L-LIN/12	50
8	2024	202402761	LABORATORIO DI EXHIBIT DESIGN <i>annuale</i>	ICAR/13	Walter VESPERI CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	SECS-P/10	100
9	2024	202402784	LINGUAGGI DELL'ENOGASTRONOMIA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Giovanni MARRONE CV Professore Ordinario	M-FIL/05	80
10	2023	202492648	MARKETING E TURISMO	SECS-P/08	Docente non specificato		40

ENOGASTRONOMICO
semestrale

specificato

11	2023	202492647	MEDIA E ENOGASTRONOMIA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Francesco MANGIAPANE CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (L. 79/2022)	M-FIL/05	60
12	2023	202492626	MODULO 1 (modulo di SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE) <i>semestrale</i>	AGR/03	Paolo INGLESE CV Professore Ordinario	AGR/03	40
13	2023	202492652	MODULO 2 (modulo di SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE) <i>semestrale</i>	AGR/01	Pietro COLUMBA CV Professore Ordinario	AGR/01	20
14	2023	202492633	SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Alice GIANNITRAPANI CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	M-FIL/05	40
15	2023	202492640	SEMIOTICA DEL BRAND <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Dario MANGANO CV Professore Ordinario (L. 240/10)	M-FIL/05	40
16	2024	202402796	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI <i>semestrale</i>	SPS/07	Fabio Massimo LO VERDE CV Professore Ordinario (L. 240/10)	SPS/07	40
17	2024	202402795	STORIA DELL'ALIMENTAZIONE <i>semestrale</i>	SECS-P/12	Franca PIROLO CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	SECS-P/12	40
18	2023	202492637	TEORIA DEL GUSTO <i>semestrale</i>	M-FIL/04	Michele COMETA CV Professore Ordinario	L-FIL-LET/14	40
19	2023	202492644	TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGASTRONOMICA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Davide PUCA CV		40
20	2023	202492628	TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/10	Docente di riferimento Clotilde BERTONI CV Professore Ordinario (L. 240/10)	L-FIL-LET/10	40
21	2024	202402794	TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA	M-FIL/05	Francesco MANGIAPANE	M-FIL/05	50

(modulo di LABORATORIO DI
FOOD WRITING)
annuale

[CV](#)
*Ricercatore a t.d.-
t.pieno (L.
79/2022)*

ore totali 980

Attività caratterizzanti

LM-92 Teorie della comunicazione				LM/GASTR Scienze economiche e sociali della gastronomia			
ambito disciplinare	settore	CFU	CFU Rad	ambito disciplinare	settore	CFU	CFU Rad
Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	ICAR/13 Disegno industriale <i>LABORATORIO DI EXHIBIT DESIGN (1 anno) - 10 CFU - annuale</i>	37	37 - 48	Scienze statistiche, economiche e aziendali	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese <i>MARKETING E TURISMO ENOGASTRONOMICO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	12	12 - 15
	M-FIL/04 Estetica <i>TEORIA DEL GUSTO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>				SECS-P/12 Storia economica <i>STORIA DELL'ALIMENTAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>INTERNATIONAL FOOD WRITING (1 anno) - 5 CFU - annuale</i>				M-GGR/01 Geografia <i>ETNOGASTRONOMIA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	15	12 - 18
	<i>TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO</i>				SPS/07 Sociologia generale <i>SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		
	<i>AUDIOVISIVO (1 anno) - 5 CFU - annuale</i>				M-FIL/04 Estetica <i>TEORIA DEL GUSTO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	33	33 - 39
<i>TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (1 anno) - 5 CFU - annuale</i>	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>LINGUAGGI DELL'ENOGASTRONOMIA (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>						
Discipline socio-economiche, storico-politiche e cognitive	<i>PROGETTAZIONE COMUNICATIVA (1 anno) - 5 CFU - annuale</i>	12	12 - 15	Scienze della memoria, filosofiche e della comunicazione	<i>TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGASTRONOMICA (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	60	57 - 72
	<i>SPS/07 Sociologia generale</i>				<i>MEDIA E ENOGASTRONOMIA (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>		
AA Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - minimo da D.M. 48				Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - minimo da D.M. 48			
Totale per la classe		49	49 - 63	Totale per la classe		60	57 - 72

LM-92 Teorie della comunicazione

ambito disciplinare	settore	CFU	CFU Rad
Attività formative affini o integrative 	AGR/01 - Economia ed estimo rurale <i>I SISTEMI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ (2 anno) - 3 CFU - semestrale - obbl</i>	36	30 - 45 cfu min 12
	AGR/03 - Arboricoltura generale e coltivazioni arboree <i>LE FILIERE MEDITERRANEE: TRADIZIONE, CULTURA, PAESAGGIO E FUTURO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		
	AGR/16 - Microbiologia agraria <i>ANALISI SENSORIALE E PRODUZIONE VINICOLA (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	L-FIL-LET/10 - Letteratura italiana <i>TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi <i>SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i> <i>DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i> <i>SEMIOTICA DEL BRAND (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	M-GGR/01 - Geografia <i>ETNOGASTRONOMIA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>		
	MED/49 - Scienze tecniche dietetiche applicate <i>ALIMENTAZIONE E SALUTE (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese <i>MARKETING E TURISMO ENOGASTRONOMICO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		
	SECS-P/10 - Organizzazione aziendale <i>MANAGEMENT DEL</i>		

LM/GASTR Scienze economiche e sociali della gastronomia

ambito disciplinare	settore	CFU	CFU Rad
Attività formative affini o integrative 	AGR/01 - Economia ed estimo rurale <i>I SISTEMI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ (2 anno) - 3 CFU - semestrale - obbl</i>	25	22 - 36 cfu min 12
	AGR/03 - Arboricoltura generale e coltivazioni arboree <i>LE FILIERE MEDITERRANEE: TRADIZIONE, CULTURA, PAESAGGIO E FUTURO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		
	AGR/16 - Microbiologia agraria <i>ANALISI SENSORIALE E PRODUZIONE VINICOLA (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	ICAR/13 - Disegno industriale <i>LABORATORIO DI EXHIBIT DESIGN (1 anno) - 10 CFU - annuale</i>		
	L-FIL-LET/10 - Letteratura italiana <i>TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi <i>LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE (1 anno) - 10 CFU - annuale</i> <i>DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i> <i>SEMIOTICA DEL BRAND (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i> <i>PROGETTAZIONE COMUNICATIVA (1 anno) - 5 CFU - annuale</i> <i>TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (1 anno) - 5 CFU - annuale</i> <i>INTERNATIONAL FOOD WRITING (1 anno) - 5 CFU - annuale</i> <i>SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	MED/49 - Scienze tecniche dietetiche applicate		

*PATRIMONIO CULTURALE
E
DELL'ENOGASTRONOMIA
(2 anno) - 6 CFU -
semestrale*

SECS-P/12 - Storia economica
*STORIA
DELL'ALIMENTAZIONE (1
anno) - 6 CFU - semestrale
- obbl*

Totale attività Affini	36	30 - 45
-------------------------------	----	------------

*ALIMENTAZIONE E
SALUTE (2 anno) - 6 CFU -
semestrale*

SECS-P/10 - Organizzazione
aziendale

*MANAGEMENT DEL
PATRIMONIO CULTURALE
E
DELL'ENOGASTRONOMIA
(2 anno) - 6 CFU -
semestrale*

Totale attività Affini	25	30 - 45
-------------------------------	----	------------

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	8 - 12
Per la prova finale		9	9 - 12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	9	6 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	5	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		35	23 - 39



Riepilogo settori / CFU

Gruppo	Settori	CFU	LM/GASTR	LM-92
			Attività - ambito	Attività - ambito
1	M-FIL/05	12-15	<i>Carat</i> Scienze della memoria, filosofiche e della comunicazione	<i>Carat</i> Discipline socio-economiche, storico-politiche e cognitive
2	M-FIL/04 , M-FIL/05	21-24	<i>Carat</i> Scienze della memoria, filosofiche e della comunicazione	<i>Carat</i> Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione
3	ICAR/13 , M-FIL/05	10-15	Attività formative affini o integrative	<i>Carat</i> Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione
4	SPS/07	6-9	<i>Carat</i> Scienze ambientali e progettuali Scienze socio-politiche	<i>Carat</i> Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione
5	M-GGR/01	6-9	<i>Carat</i> Scienze ambientali e progettuali Scienze socio-politiche	Attività formative affini o integrative
6	SECS-P/08 , SECS-P/12	12-15	<i>Carat</i> Scienze statistiche, economiche e aziendali	Attività formative affini o integrative
8	AGR/01 , AGR/03 , AGR/16 , IUS/01 , L-FIL-LET/10 , M-DEA/01 , M-FIL/05 , MED/49 , SECS-P/10	12-21	Attività formative affini o integrative	Attività formative affini o integrative
Totale crediti		79 - 108		

LM/GASTR Scienze economiche e sociali della gastronomia

Attività	Ambito	Crediti	
Carat	Scienze alimentari e della nutrizione		
Carat	Scienze ambientali e progettuali Scienze socio-politiche	12	18
Carat	Scienze della memoria, filosofiche e della comunicazione	33	39
Carat	Scienze giuridiche		
Carat	Scienze statistiche, economiche e aziendali	12	15
Attività formative affini o integrative		22	36
Minimo CFU da D.M. per le attività caratterizzanti 48			
Somma crediti minimi ambiti caratterizzanti 57			
Minimo CFU da D.M. per le attività affini 12			
Somma crediti minimi ambiti affini 22			
Totale		79	108

LM-92 Teorie della comunicazione			
Attività	Ambito	Crediti	
Carat	Discipline socio-economiche, storico-politiche e cognitive	12	15
Carat	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	37	48
Attività formative affini o integrative		30	45
Minimo CFU da D.M. per le attività caratterizzanti 48 Somma crediti minimi ambiti caratterizzanti 49			
Minimo CFU da D.M. per le attività affini 12 Somma crediti minimi ambiti affini 30			
Totale		79	108

Attività caratterizzanti

LM/GASTR Scienze economiche e sociali della gastronomia

LM-92 Teorie della comunicazione

ambito disciplinare	settore	CFU	ambito disciplinare	settore	CFU
Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	ICAR/13	37 - 48	Scienze statistiche, economiche e aziendali	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	12 -
	Disegno industriale			SECS-P/12 Storia economica	15
	M-FIL/04		Scienze alimentari e della nutrizione	-	
	Estetica				
	M-FIL/05				
Filosofia e teoria dei linguaggi	48	Scienze giuridiche	-		
SPS/07	-				
Sociologia generale					
Discipline socio-economiche, storico-politiche e cognitive	M-FIL/05	12 - 15	Scienze ambientali e progettuali Scienze socio-politiche	M-GGR/01 Geografia SPS/07 Sociologia generale	12 - 18
	Filosofia e teoria dei linguaggi		Scienze della memoria, filosofiche e della comunicazione	M-FIL/04 Estetica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	33 - 39
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 48)			Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 48)		
Totale per la classe		49 - 63	Totale per la classe		57 - 72

Attività affini



LM-92 Teorie della comunicazione

LM/GASTR Scienze economiche e sociali della gastronomia

ambito disciplinare	CFU	
	min	max
Attività formative affini o integrative	30	45

ambito disciplinare	CFU	
	min	max
Attività formative affini o integrative	22	36



Altre attività



ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		8	12
Per la prova finale		9	12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		23 - 39	



Riepilogo CFU



LM/GASTR Scienze economiche e sociali della gastronomia: CFU totali del corso 102 - 147

LM-92 Teorie della comunicazione: CFU totali del corso 102 - 147



Comunicazioni dell'ateneo al CUN



In occasione della revisione del CdLM seguita al Parere 26012023, ci si è accorti che per mero errore materiale non era stato spuntato l'SSD ICAR/13 relativo all'ambito disciplinare 'Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione' (gruppo 3) delle Attività Caratterizzanti della Classe LM92. In data 30 gennaio alle ore 10.20 circa è stato corretto l'errore.



Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe



Note relative alle attività di base



Note relative alle altre attività



Note relative alle attività caratterizzanti

