



Informazioni generali sul Corso di Studio

Università	Università degli Studi di PALERMO
Nome del corso in italiano	Comunicazione per l'enogastronomia (<i>IdSua:1611460</i>)
Nome del corso in inglese	Food Communication
Classe	LM/GASTR R - Scienze economiche e sociali della gastronomia & LM-92 R - 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	Consiglio di coordinamento di corsi di studi (classi L-20, LM-59, LM-92 e LM-GASTR)
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.	MANGANO	Dario		PO	1	
3.	MANGIAPANE	Francesco		RD	1	
4.	MARRONE	Giovanni		PO	1	
5.	MESCHIARI	Matteo		PA	1	
6.	VENTURA	Ilaria		RD	1	

Rappresentanti Studenti

Bondi' Alessandra alessandra.bondi@community.unipa.it
 Bono Caterina caterina.bono05@community.unipa.it
 Castelli Giulia giulia.castelli04@community.unipa.it
 Cocchiara Stefania stefania.cocchiara@community.unipa.it
 Costanza Gabriella gabriella.costanza@community.unipa.it
 Gregorio Clara clara.gregorio@community.unipa.it
 Ivanus Ana Maria anamaria.ivanus@community.unipa.it
 Larocca Alessia alessia.larocca02@community.unipa.it
 Maganuco Giulia giulia.maganuco@community.unipa.it
 Mutoli Davide davide.mutoli@community.unipa.it
 Palazzolo Lorenzo lorenzo.palazzolo@community.unipa.it
 Rapisarda Mattarella Andrea Maria
 andreamaria.rapisardamattarella@community.unipa.it
 Russo Giulia Eva giuliaeva.russo@community.unipa.it
 Ruvolo Agata agata.ruvolo@community.unipa.it

Gruppo di gestione AQ

Caterina Bono (Componente studentesca LM-GASTR)
 Giovanna Cancasci (Personale T.A.)
 Alice Giannitrapani
 Alessia La Rocca (Componente studentesca LM-92)
 Dario Mangano (Coordinatore)
 Giovanni Marrone

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)

24/05/2025

ANNO 2024-25

Il contatto con gli stakeholder dei CdS in Comunicazione si svolge tanto in maniera diffusa, con incontri tematici che si tengono durante tutto l'anno, quanto in modo puntuale con uno o più incontri dedicati cui partecipa un numero consistente di aziende ed enti. Si rende conto di seguito in modo sintetico delle iniziative svolte nel 2024-25.

Il principale evento dedicato al contatto con gli stakeholder – il cui resoconto dettagliato è riportato di seguito – si è tenuto il 7 maggio 2025 presso lo spazio Crezi.Plus ai Cantieri Culturali alla Zisa, alla presenza di responsabili di enti e aziende dei diversi ambiti della comunicazione, della diretrice del Dipartimento Culture e Società, di una rappresentanza dei docenti dei corsi di studio e dei Coordinatori dei Dottorati di ricerca di area comunicativa: Dottorato di Ricerca in Semiotica, diretto dal prof. Gianfranco Marrone e Dottorato in Cultura Visuale, diretto dalla prof.ssa Roberta Coglitore.

Erano presenti: Francesco Anselmo e Christian Guzzardi (DigitalMakers); Fabio Armanio (Fondazione Sicilia); William Anselmo (Diecimedia); Elisa Chillura (Maghweb); Elena Cicardo (“Per Esempio” Onlus); Roberta De Cicco (RAI Sicilia); Francesca Gambino (ANCI Sicilia); Maria Sabrina Leone (T&T Territorio e Turismo); Chiara Lo Biondo (Utopia Eventi); Filippo Mulè (Ordine dei Giornalisti Regione Sicilia); Marco Mondino (Regione Siciliana, Assessorato alla famiglia); Massimiliano Lombardo (CoopCulture); Tommaso Mazzara e Isabella Munda (Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia); Giulio Ferraro e Luigi Capizzi (Southside); Gerlando Mercato (Invitalia); Giorgio Occhipinti (Regione Siciliana, Assessorato Territorio e Ambiente); Simone Piceno (Invitalia); Francesco Picciotto (Regione Siciliana, Assessorato Territorio e Ambiente, Riserve Naturali); Valentina Ricciardo (Navarra Editore); Doriana Ribaudo (Confesercenti); Marina Turco (Giornale di Sicilia); Manfredi Ziino (Advisor Digitali).

Precedentemente, nello stesso a.a., si erano tenuti i seguenti incontri tematici:

24 maggio 2024, Crezi. Plus, Cantieri Culturali alla Zisa

Professioni della comunicazione: il pubblicitario con Giovanna Cosenza (Università di Bologna), Fabio Rodighiero (Alkemy), Ivan Libero Nocera (Università di Bergamo), Diego Emanuele (Studio Forward).

L'incontro ha avuto come oggetto l'evoluzione del linguaggio pubblicitario e l'importanza delle soft-skills legate ai saperi della comunicazione. Si è discusso anche delle questioni legali legate al branding.

15 ottobre 2024, Crezi. Plus, Cantieri Culturali alla Zisa

Cultura e comunicazione del cibo: la pasta con Luca Cesari (Gambero Rosso); Amelia Cuomo (Pastificio Cuomo); Ivan Libero Nocera (Università di Bergamo), Nicola Minervini (Studio legale Minervini).

L'incontro ha messo a confronto critici gastronomici, produttori ed esperti supporto all'industria della pasta sui temi della comunicazione agroalimentare.

11 dicembre 2024, Aula Magna del Dipartimento di Ingegneria, viale delle Scienze, ed. 7

Le industrie creative: il fumetto con Marco Pellitteri (Università Xi'an Jiaotong – Liverpool), Emiliano Santalucia (Formo Toys), Salvatore Di Marco e Aurelio Mazzara (Scuola del Fumetto).

L'incontro ha riguardato le peculiarità dell'industria creativa legata al settore ludico e i suoi modelli di sviluppo, nonché le notevoli possibilità che esistono di decentramento del lavoro produttivo in questi ambiti.

25 marzo 2025, viale delle Scienze ed. 19

CreAltività. Pubblicità e intelligenza artificiale con Fabio Rodighiero (Alkemy).

L'incontro ha trattato l'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale nei processi creativi di tipo pubblicitario. È stato inoltre presentato il caso del rebranding del Palermo F.C. in corso a seguito dell'acquisizione del City Group.

9 aprile 2025, viale delle Scienze ed. 13, aula “Li Donni”

Le industrie sonore spazi e mestieri della musica con Niccolò Galliano (Università di Milano), Massimo Moretti (Maxmoremusic), Salvatore Petrotta Reyes (ATOM Music), Riccardo Piparo (Studio Cantieri 51), Roberto Ribuoli (Sapienza Università di Roma), Roberto Terranova (Conservatorio “Antonio Scontrino” di Trapani), Marco Testoni (CineArteMusica).

L'incontro ha auto come oggetto i mestieri legati alla produzione musicale con particolare attenzione alla musica per la pubblicità.

10 aprile 2025, viale delle Scienze “Teatro Gregotti”

I mestieri dell'editoria con Anna Maria Lorusso (La nave di Teseo).

L'incontro si è focalizzato sull'industria editoriale attuale a partire dal caso studio de La nave di Teseo.

15 aprile e 6 maggio 2025, viale delle Scienze "Teatro Gregotti"

Le professioni della comunicazione: il giornalismo con Franco Lannino (fotoreporter), Lara Marrama (Social media strategist indipendente), Daniele Mausia (direttore de L'ultimo uomo), Alice Scaglioni (Corriere della Sera).

L'incontro fa seguito quello tenuto l'anno precedente e prosegue la riflessione sulle professioni legate al giornalismo e la loro evoluzione.

RESOCONTO dell'incontro plenario con gli stakeholders del 7 maggio 2025, presso Crezi.Plus (Cantieri Culturali alla Zisa).

L'obiettivo principale della riunione è stato quello di far incontrare aziende e professionisti del mondo della comunicazione con docenti e studenti dei Corsi di Studio in Comunicazione dell'Università di Palermo. L'evento è stata l'occasione per creare un momento di dibattito e di confronto con gli stakeholders dei corsi di laurea in Comunicazione dell'Università di Palermo, del Dottorato in Cultura visuale e del Dottorato in Semiotica e ha previsto il coinvolgimento degli studenti, che hanno avuto l'opportunità di dialogare con professionisti del settore, aziende, enti pubblici e realtà operative nell'ambito della comunicazione, dell'innovazione culturale e dello sviluppo territoriale.

Dopo i saluti della Direttrice del Dipartimento, prof.ssa Valentina Favarò, ha preso la parola il prof. Dario Mangano, Coordinatore dei corsi di studi in Comunicazione, che ha illustrato l'articolazione del percorso formativo, evidenziando come l'Università degli Studi di Palermo offra un percorso completo a chi intenda acquisire conoscenze e competenze in ambito comunicativo grazie a una filiera che si articola su tre livelli formativi:

- Laurea Triennale in Scienze della Comunicazione L-20 (curriculum informazione e social media, curriculum Comunicazione pubblica, curriculum Editoria e progettazione culturale, curriculum Cultura visuale, curriculum Marketing e pubblicità);
- Lauree Magistrali in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità LM-59, Comunicazione del patrimonio culturale LM-92, Comunicazione per l'enogastronomia LM-92|LM-GASTR;
- Dottorati di Ricerca in Semiotica e Cultura visuale.

Il prof. Mangano ha evidenziato le numerose possibilità di sbocco occupazionale nei settori del marketing, delle relazioni pubbliche, della produzione culturale, della comunicazione digitale e istituzionale, dell'enogastronomia, sottolineando come l'offerta formativa sia stata pensata anche in vista delle peculiarità del territorio siciliano.

Successivamente, il prof. Gianfranco Marrone ha presentato il Dottorato in Semiotica, che rappresenta un punto di eccellenza del panorama accademico nazionale. È l'unico dottorato in Semiotica in Italia, tanto che ogni anno riceve proposte di candidature da studenti provenienti da diversi Atenei nazionali e internazionali. Il prof. Marrone ha ricordato inoltre che a Palermo ha sede la Biblioteca "Paolo Fabbri" di Palazzo Tarallo, una delle più grandi biblioteche semiotiche d'Europa.

Infine, la prof.ssa Roberta Coglitore ha introdotto il Dottorato in Cultura Visuale, evidenziandone la specificità: lo studio dell'esperienza visiva, in chiave critica e interdisciplinare. Ha inoltre evidenziato che, anche se si tratta di dottorato di recente istituzione, è già fortemente attrattivo anche a livello internazionale, sostenuto dalla collaborazione diversi enti e aziende a livello locale.

Durante l'incontro, i diversi rappresentanti del mondo aziendale e istituzionale hanno illustrato le proprie attività, i progetti in corso e le opportunità di collaborazione e tirocinio per gli studenti dell'Università di Palermo.

- William Anselmo, Chief People Officer di Dieci Media, ha descritto le opportunità nel mondo del giornalismo sportivo e televisivo, presentando l'azienda che rappresenta come un polo d'attrazione per giovani creativi e intraprendenti che abbiano voglia di mettersi in gioco e praticare la comunicazione attraverso i social media.
- Francesco Anselmo e Christian Guzzardi, CEO e Client Director di DigitalMakers, hanno illustrato le opportunità della comunicazione nel digital marketing raccontando dell'approccio che ha l'azienda. In particolare hanno evidenziato l'importanza di competenze trasversali di tipo strategico e narrativo che sono spendibili in diversi ambiti professionali.
- Fabio Armanio della Fondazione Sicilia ha evidenziato la specificità della comunicazione culturale e degli eventi, illustrando gli obiettivi dell'azienda nel supportare le istituzioni per uno sviluppo armonico delle risorse e delle esigenze della Sicilia.
- Elisa Chillura di Maghweb ha presentato l'associazione nata nel 2012 evidenziando le potenzialità dello storytelling digitale; l'associazione, differenziandosi dai tradizionali iter dell'informazione, mira a sostenere, promuovere e diffondere la cultura attraverso l'attività giornalistica, comunicativa e documentaristica.

- Elena Cicardo, Communication Manager di “Per Esempio” Onlus, ha evidenziato le competenze necessarie a agire nell’ambito del terzo settore e della comunicazione sociale.
- Roberta De Cicco, direttrice della sede RAI Sicilia, ha illustrato le nuove opportunità nel giornalismo e nella produzione media.
- Francesca Gambino di ANCI Sicilia ha discusso della sua esperienza nel mondo della comunicazione istituzionale, mettendo in luce gli strumenti che servono a questa tipologia di comunicazione.
- Maria Sabrina Leone, project manager per T&T Territorio e Turismo, dopo aver brevemente illustrato i progetti di cui si occupa l’azienda, ha discusso dell’importanza della comunicazione nell’ambito del turismo e del patrimonio culturale.
- Massimiliano Lombardo di CoopCulture, responsabile delle relazioni istituzionali, ha raccontato delle possibilità lavorative che esistono nella promozione del patrimonio culturale illustrando le competenze necessarie a operare in tale ambito.
- Tommaso Mazzara, Giulio Ferraro e Luigi Capizzi, responsabili della comunicazione, delle risorse umane e CFO e legale di Southside, hanno illustrato il ruolo e le funzioni del marketing digitale, delle strategie comunicative, della comunicazione interna e della gestione HR, sottolineando la potenzialità del coworking e la spinta che l’azienda si prefigge di seguire.
- Marco Mondino, specialista in comunicazione pubblica, sociale e istituzionale per la Regione Siciliana, ha presentato le possibilità lavorative nell’ambito della comunicazione istituzionale e dell’organizzazione di eventi.
- Isabella Munda dell’Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia (INGV) ha illustrato le possibilità e lavorative e le competenze richieste dalle attività di divulgazione scientifica.
- Giorgio Occhipinti, funzionario dell’Assessorato all’ambiente della Regione Siciliana, ha evidenziato le opportunità della comunicazione istituzionale, mettendo in luce come i percorsi di laurea in Comunicazione offrano numerosi sbocchi professionali nel settore.
- Valentina Ricciardo, Responsabile Comunicazione Navarra Editore, ha raccontato la sua esperienza per la casa editrice e le sue mansioni di organizzatrice del festival dell’editoria indipendente “Una Marina di Libri”, presentando agli studenti le opportunità di tirocinio che possono svolgere all’interno della casa editrice ma anche partecipando attivamente all’organizzazione del festival.
- Doriana Ribaudo, membro dell’associazione Confesercenti, ha ribadito l’importanza dei mestieri offerti dai corsi di Laurea in Comunicazione per la valorizzazione dei settori che vanno dal turismo al commercio, ambiti tutti in continua crescita ed evoluzione.
- Francesco Picciotto, in servizio presso l’Assessorato Territorio ed Ambiente nel Gruppo XLIV delle Riserve Naturali, ha illustrato gli ambiti relativi alla comunicazione ambientale all’interno dei quali possono trovare opportunità lavorative gli studenti di Comunicazione che fossero interessati alla gestione delle attività di divulgazione e sensibilizzazione, alla redazione di contenuti informativi per il pubblico, alla progettazione di campagne di comunicazione istituzionale, al supporto nella creazione di materiali grafici e multimediali, nonché l’organizzazione di eventi legati alla tutela ambientale.
- Simone Piceno e Gerlando Mercato di Invitalia, Project Manager e Responsabile amministrativo, hanno segnalato la fondamentale importanza di professionisti provenienti dal mondo della comunicazione nel supportare le imprese, le Pubbliche Amministrazioni e garantire la crescita del Paese seguendo delle linee strategiche efficaci ed efficienti.
- Marina Turco, Giornale di Sicilia, responsabile TGS, ha illustrato le peculiarità del lavoro giornalistico nella carta stampata, nella televisione e nella radio.
- Manfredi Ziino, consulente di marketing digitale per Advisor Digitali, agenzia di comunicazione a vocazione digital, dopo aver fatto luce sulle principali attività svolte dall’azienda, ha illustrato agli studenti opportunità nell’ambito delle strategie digitali e dei social media.

Terminate le presentazioni degli stakeholders, gli studenti hanno potuto dialogare con gli ospiti e hanno avuto l’opportunità di porre domande specifiche sulle attività delle aziende che maggiormente hanno catturato la loro attenzione e scambiare contatti per future collaborazioni. Questo momento ha rappresentato un’importante occasione di socializzazione professionale e consolidamento delle relazioni tra Università e mondo del lavoro.

L’iniziativa ha confermato la forte apertura dei Corsi di studi in Comunicazione, del Dottorato in Cultura Visuale e del Dottorato in Semiotica nei confronti del mondo lavorativo, favorendo il contatto diretto tra formazione universitaria e realtà pubbliche e private. Le testimonianze aziendali hanno mostrato l’ampiezza degli sbocchi lavorativi e rafforzato il valore strategico della comunicazione nei contesti professionali contemporanei.

Link:

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

Pagina stakeholder del sito del CdS)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Storico resoconti degli incontri con gli stakeholder

	QUADRO A2.a	Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
---	--------------------	--

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 estetologiche 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

24/05/2025

Coloro che aspirano a iscriversi al Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione per l'enogastronomia devono avere conseguito una Laurea nonché essere in possesso dei requisiti curriculari previsti e di un'adeguata preparazione personale. I requisiti curriculari sono espressi in termini di Settori Scientifico Disciplinari (SSD) e corrispondenti Crediti Formativi Universitari (CFU) che lo studente deve possedere all'atto dell'iscrizione.

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 almeno pari al B2, ove questa non risulti dalla Laurea conseguita o da una specifica certificazione. Si ricorda che tutti i laureati in Scienze della Comunicazione presso l'Università di Palermo hanno un livello di inglese equivalente al B2.

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.

Iscrizione con riserva

L'iscrizione al Corso di Laurea Magistrale è consentita con riserva anche ad anno accademico iniziato. Possono iscriversi con riserva gli studenti iscritti all'ultimo anno di un Corso di Laurea in possesso dei requisiti curriculari di cui sotto che conseguiranno la laurea entro la sessione straordinaria relativa all'A.A. precedente a quello di iscrizione al Corso di Laurea Magistrale. Quindi, per esempio, coloro che intendono laurearsi entro la sessione straordinaria prevista per il mese di febbraio 2026 possono immatricolarsi con riserva nell'a.a. 2025-26.

Iscrizione ai corsi singoli di insegnamento

Nel caso di requisiti curriculari incompleti per l'iscrizione al Corso di Laurea Magistrale, lo studente può integrare il suo specifico piano di studi con esami universitari sostenuti successivamente al conseguimento della Laurea (cd. "corsi singoli"). In questo caso lo studente richiederà alla segreteria del Corso di Laurea Magistrale a quali corsi singoli dovrà iscriversi per rendere il suo requisito curriculare adeguato all'iscrizione al Corso di Laurea Magistrale prescelto.

Sarà compito del segretario del Corso di Laurea, sentito il Coordinatore, comunicare gli eventuali corsi singoli a cui lo studente dovrà iscriversi dopo la Laurea, e i cui esami dovrà superare, al fine di colmare le carenze curriculari prima della iscrizione alla Laurea Magistrale.

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 accettare 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)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Requisiti di accesso 2025-2026

 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</p>
--	--

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.

Gli strumenti didattici variano da insegnamento a insegnamento e contemplano 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

AREA SEMIOTICO-COMUNICATIVA

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 aziendale 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](#)

BRAND STRATEGY [url](#)

DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE [url](#)

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

TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGASTRONOMICA [url](#)

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

LE FILIERE MEDITERRANEE: TRADIZIONE, CULTURA, PAESAGGIO E FUTURO (*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](#)

ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'IMPRESA CULTURALE [url](#)

MARKETING E TURISMO ENOGASTRONOMICO [url](#)

STORIA DELL'ALIMENTAZIONE [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](#)

LABORATORIO DI FOOD WRITING [url](#)

TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ [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.

	<p>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.</p>
Abilità comunicative	<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

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**

24/05/2025

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: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289/regolamenti.html> (Pagina regolamenti del CdS)



► 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. 2025-26

► QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

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

► QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289/?pagina=esami>

► QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/didattica/lauree.html>

► 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	Anno di	ETNOGASTRONOMIA link	MESCHIARI MATTEO CV	PA	6	40	

M-	corso							
GGR/01	1							
3.	L- LIN/12 L- LIN/12	Anno di corso 1	INTERNATIONAL FOOD WRITING (modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING) link	RUDVIN METTE CV	PA	5	50	
4.	M- FIL/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE link			10		
5.	M- FIL/05 L- LIN/12	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FOOD WRITING link			10		
6.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 1	LINGUAGGI DELL'ENOASTRONOMIA link	MARRONE GIOVANNI CV	PO	12	80	
7.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 1	PROGETTAZIONE COMUNICATIVA (modulo di LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE) link	VENTURA BORDENCA ILARIA CV	RD	5	50	
8.	SPS/08 SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI link	LO VERDE FABIO MASSIMO CV	PO	6	40	
9.	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	Anno di corso 1	TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING) link	MANGIAPANE FRANCESCO CV	RD	5	50	
11.	MED/49 MED/49	Anno di corso 2	ALIMENTAZIONE E SALUTE link	BUSCEMI CAROLA CV		6	40	
12.		Anno di corso 2	ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO 2 link			2		
13.	AGR/16 AGR/16	Anno di corso 2	ANALISI SENSORIALE E PRODUZIONE VINICOLA link	FRANCESCA NICOLA CV	PA	6	40	
14.	M- FIL/05	Anno di	BRAND STRATEGY link	MANGANO DARIO CV	PO	6	40	

	M- FIL/05	Anno di corso 2	corso							
15.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 2	DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE link	VENTURA BORDENCA ILARIA CV	RD	6	40			
16.	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			
17.	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			
18.	SECS- P/08 SECS- P/08	Anno di corso 2	MARKETING E TURISMO ENOGRASTRONOMICO link			6	40			
19.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 2	MEDIA E ENOGASTRONOMIA link	MANGIAPANE FRANCESCO CV	RD	9	60			
20.		Anno di corso 2	PROVA FINALE link			9				
21.	M- FIL/05 M- FIL/05	Anno di corso 2	SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO link	GIANNITRAPANI ALICE CV	PA	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 M- FIL/05	Anno di corso 2	TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGRASTRONOMICA link			9	60			
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	TIROCINIO link			9				

di
corso
2

► 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>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule 2025-26

► 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 e aule informatiche 2025-26

► QUADRO B4

Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sale studio 2025-26

► QUADRO B4

Biblioteche

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteche 2025-26

► QUADRO B5

Orientamento in ingresso

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 2025 la Welcome Week si è tenuta presso l'ed. 19 di viale delle Scienze, dal 17 al 21 febbraio. Il Welcome Day si è tenuto on line il 6 maggio 2025.

Il CCCS insieme con il Dipartimento ha inoltre realizzato un Open Day rivolto agli studenti della scuola secondaria superiore che è tenuto il 14 aprile 2025 e in cui è stata data la possibilità di visitare gli spazi del Dipartimento e i diversi Laboratori. A questo si è aggiunto un Open Day dedicato alle Magistrali in Comunicazione (27 marzo 2025) in cui è stato dato ampio spazio alla presentazione da parte dei docenti dei laboratori.

L'accoglienza delle matricole si è tenuta il 26 settembre 2024 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 2025 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

24/05/2025

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 esercitativi;
- 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).

Delegato del Direttore del Dipartimento per le attività di orientamento è la prof.ssa 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 e nella sezione del sito del CdS dedicato all'orientamento.

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.

Le tante iniziative seminariali organizzate dal CdS in cui vengono chiamati a intervenire professionisti e aziende di vari ambiti della comunicazione svolgono un'utile funzione di orientamento in itinere.

Descrizione link: Pagina dedicata all'orientamento del CdS

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

► QUADRO B5

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

24/05/2025

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

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

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

Delegata del CdS per le attività di stage e tirocino è la prof.ssa Alice Giannitrapani.

Il 7 maggio 2025, a margine dell'incontro con gli stakeholder, è stata data la possibilità agli studenti di incontrare enti, aziende e

professionisti in relazione al tirocinio curriculare.

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: Pagina dedicata ai tirocini del CdS

Link inserito: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazioneperlenogastronomia2289/didattica/tirocini.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 regolamenta, 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 dell'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	UNIWESYTET 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 MÁLAGA	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

► QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

11/06/2024

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 missione 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 extracurriculari 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

16/05/2024

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):

- 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 B7

Opinioni dei laureati



► 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



► QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

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 adhocratico (es. Unità di Processo deputate al presidio di processi di natura trasversale che fungono 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 giustifichino 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 Decentrali:

- 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-pianificazion-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 qualita

► 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 R - Scienze economiche e sociali della gastronomia & LM-92 R - 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 Consiglio di coordinamento di corsi di studi (classi L-20, LM-59, LM-92 e LM-GASTR)

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.	MNGDRA73H19G273L	MANGANO	Dario	M-FIL/05	11/C4	PO	1	
3.	MNGFNC76E21G273C	MANGIAPANE	Francesco	M-FIL/05	11/C	RD	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	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
Bondi'	Alessandra	alessandra.bondi@community.unipa.it	
Bono	Caterina	caterina.bono05@community.unipa.it	
Castelli	Giulia	giulia.castelli04@community.unipa.it	
Cocchiara	Stefania	stefania.cocchiara@community.unipa.it	
Costanza	Gabriella	gabriella.costanza@community.unipa.it	
Gregorio	Clara	clara.gregorio@community.unipa.it	
Ivanus	Ana Maria	anamaria.ivanus@community.unipa.it	
Larocca	Alessia	alessia.larocca02@community.unipa.it	
Maganuco	Giulia	giulia.maganuco@community.unipa.it	
Mutoli	Davide	davide.mutoli@community.unipa.it	
Palazzolo	Lorenzo	lorenzo.palazzolo@community.unipa.it	
Rapisarda Mattarella	Andrea Maria	andreamaria.rapisardamattarella@community.unipa.it	
Russo	Giulia Eva	giuliaeva.russo@community.unipa.it	
Ruvolo	Agata	agata.ruvolo@community.unipa.it	

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Bono (Componente studentesca LM-GASTR)	Caterina
Cancascì (Personale T.A.)	Giovanna
Giannitrapani	Alice
La Rocca (Componente studentesca LM-92)	Alessia
Mangano (Coordinatore)	Dario
Marrone	Giovanni



Tutor

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



Programmazione degli accessi



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



Sede del Corso



Sede: 082053 - PALERMO

Data di inizio dell'attività didattica	02/10/2025
Studenti previsti	100



Eventuali Curriculum



Non sono previsti curricula

**Sede di riferimento DOCENTI**

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
BERTONI	Clotilde	BRTCTL64R50F839J	
MESCHIARI	Matteo	MSCMTT68S28F257S	
MARRONE	Giovanni	MRRGNN59M12G273X	
MANGIAPANE	Francesco	MNGFNC76E21G273C	
MANGANO	Dario	MNGDRA73H19G273L	
VENTURA	Ilaria	VNTLRI82C66G273G	

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

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

Figure specialistiche del settore non indicate

Sede di riferimento TUTOR

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



▶ Altre Informazioni



Codice interno all'ateneo del corso

Massimo numero di crediti riconoscibili

24 max 24 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024

▶ Date delibere di riferimento



Data di approvazione della struttura didattica

14/11/2024

Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione

20/11/2024

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



*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*



- 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_Attività_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 ridistribuzione 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, irriflessi. 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 esprimere 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



Certificazione sul materiale didattico e servizi offerti [corsi telematici]



 Offerta didattica erogata

	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	082053	2024	202502783	ALIMENTAZIONE E SALUTE <i>semestrale</i>	MED/49	Cristiana RANDAZZO CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	MED/49	40
2	082053	2024	202502781	ANALISI SENSORIALE E PRODUZIONE VINICOLA <i>semestrale</i>	AGR/16	Nicola FRANCESCA CV Professore Associato (L. 240/10)	AGR/16	40
3	082053	2024	202502801	DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Ilaria VENTURA CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	M-FIL/05	40
4	082053	2025	202518878	ETNOGASTRONOMIA <i>semestrale</i>	M-GGR/01	Docente di riferimento Matteo MESCHIARI CV Professore Associato (L. 240/10)	M-GGR/01	40
5	082053	2024	202502772	I SISTEMI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ (modulo di SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE) <i>semestrale</i>	AGR/01	Pietro COLUMBA CV Professore Ordinario	AGR/01	20
6	082053	2025	202518865	INTERNATIONAL FOOD WRITING (modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING) <i>annuale</i>	L-LIN/12	Mette RUDVIN CV Professore Associato (L. 240/10)	L-LIN/12	50
7	082053	2024	202502771	LE FILIERE MEDITERRANEE: TRADIZIONE, CULTURA, PAESAGGIO E FUTURO (modulo di SISTEMI E FILIERE ALIMENTARI MEDITERRANEE) <i>semestrale</i>	AGR/03	Paolo INGLESE CV Professore Ordinario	AGR/03	40
8	082053	2025	202518834	LINGUAGGI DELL'ENOGASTRONOMIA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Giovanni MARRONE CV Professore Ordinario	M-FIL/05	80
9	082053	2024	202502811	MARKETING E TURISMO ENOGASTRONOMICO <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Docente non specificato		40

10	082053	2024	202502792	MEDIA E ENOGASTRONOMIA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Francesco MANGIAPANE CV <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	M-FIL/05	60
11	082053	2025	202518868	PROGETTAZIONE COMUNICATIVA (modulo di LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE) <i>annuale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Ilaria VENTURA CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	M-FIL/05	50
12	082053	2024	202502797	SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Alice GIANNITRAPANI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-FIL/05	40
13	082053	2024	202502812	SEMIOTICA DEL BRAND <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Dario MANGANO CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	M-FIL/05	40
14	082053	2025	202518877	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI <i>semestrale</i>	SPS/08	Fabio Massimo LO VERDE CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/07	40
15	082053	2025	202518864	STORIA DELL'ALIMENTAZIONE <i>semestrale</i>	SECS-P/12	Franca PIROLO CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SECS-P/12	40
16	082053	2024	202502765	TEORIA DEL GUSTO <i>semestrale</i>	M-FIL/04	Michele COMETA CV <i>Professore Ordinario</i>	L-FIL-LET/14	40
17	082053	2024	202502793	TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGASTRONOMICA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente non specificato		40
18	082053	2024	202502800	TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/10	Docente di riferimento Clotilde BERTONI CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-FIL-LET/10	40
19	082053	2025	202518853	TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (modulo di LABORATORIO DI FOOD WRITING) <i>annuale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Francesco MANGIAPANE CV <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	M-FIL/05	50

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
PRINCIPALE			



Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti

LM-92 R Teorie della comunicazione				LM/GASTR R 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	M-FIL/04 Estetica <i>TEORIA DEL GUSTO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>LINGUAGGI DELL'ENOGASTRONOMIA (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i> <i>TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGASTRONOMICA (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> <i>MEDIA E ENOGASTRONOMIA (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	36	30 - 42	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> SECS-P/12 Storia economica <i>STORIA DELL'ALIMENTAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	12	12 - 18
Discipline cognitive e dei linguaggi mediati	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	6	6 - 6	Scienze ambientali, progettuali e socio-politiche	M-GGR/01 Geografia <i>ETNOGASTRONOMIA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>SOCIOLOGIA DEI CONSUMI ALIMENTARI (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	12	12 - 15
Discipline sociali, economiche e giuridiche	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese <i>MARKETING E TURISMO ENOGASTRONOMICO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	6	6 - 9	Discipline storiche, filosofiche e della comunicazione	M-FIL/04 Estetica <i>TEORIA DEL GUSTO (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>MEDIA E ENOGASTRONOMIA (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> <i>TEORIA E TECNICA DELLA DEGUSTAZIONE ENOGASTRONOMICA (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> <i>LINGUAGGI DELL'ENOGASTRONOMIA (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>	36	30 - 42
AA Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - minimo da D.M. 48				Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - minimo da D.M. 48			
Totali per la classe		48	42 - 57				

	Totale per la classe	60	54 - 75
--	-----------------------------	----	---------

LM-92 R Teorie della comunicazione				LM/GASTR R Scienze economiche e sociali della gastronomia			
ambito disciplinare	settore	CFU	CFU Rad	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>	37	27 - 61 cfu min 12	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	15 - 43 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/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>				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>				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>				L-FIL-LET/10 - Letteratura italiana <i>TEORIA E TECNICHE DELLA SERIALITÀ (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i>		
	L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese <i>INTERNATIONAL FOOD WRITING (1 anno) - 5 CFU - annuale</i>				L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese <i>INTERNATIONAL FOOD WRITING (1 anno) - 5 CFU - annuale</i>		
	M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi <i>TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (1 anno) - 5 CFU - annuale DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE (2 anno) - 6 CFU - semestrale BRAND STRATEGY (2 anno) - 6 CFU - semestrale PROGETTAZIONE COMUNICATIVA (1 anno) - 5 CFU - annuale SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO (2 anno) - 6 CFU - semestrale TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO AUDIOVISIVO (1 anno) - 5</i>				M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi <i>DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE (2 anno) - 6 CFU - semestrale SEMIOTICA DEGLI SPAZI DI CONSUMO (2 anno) - 6 CFU - semestrale TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO AUDIOVISIVO (1 anno) - 5 CFU - annuale BRAND STRATEGY (2 anno) - 6 CFU - semestrale TESTUALITÀ ENOGASTRONOMICA (1 anno) - 5 CFU - annuale PROGETTAZIONE</i>		

<p><i>CFU - annuale</i></p> <p><i>LABORATORIO DI CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE (1 anno)</i> - 10 CFU - annuale</p> <hr/> <p>M-GGR/01 - Geografia</p> <p><i>ETNOGASTRONOMIA (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i> - obbl</p> <hr/> <p>MED/49 - Scienze tecniche dietetiche applicate</p> <p><i>ALIMENTAZIONE E SALUTE (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <hr/> <p>SECS-P/12 - Storia economica</p> <p><i>ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'IMPRESA CULTURALE (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <p><i>STORIA DELL'ALIMENTAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i> - obbl</p> <hr/> <p>Totale attività Affini 37</p>	<p><i>COMUNICATIVA (1 anno) - 5 CFU - annuale</i></p> <hr/> <p>MED/49 - Scienze tecniche dietetiche applicate</p> <p><i>ALIMENTAZIONE E SALUTE (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <hr/> <p>SECS-P/12 - Storia economica</p> <p><i>ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'IMPRESA CULTURALE (2 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <hr/> <p>Totale attività Affini 25</p>	<p>27 - 61</p>
---	---	----------------

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			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		35	23 - 39

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
PRINCIPALE			



Riepilogo settori / CFU

Gruppo	Settori	CFU	LM/GASTR R	LM-92 R
			Attività - ambito	Attività - ambito
5	M-GGR/01	6-9	<i>Carat</i> Scienze ambientali, progettuali e socio-politiche	Attività formative affini o integrative
2	M-FIL/04 , M-FIL/05	30-42	<i>Carat</i> Discipline storiche, filosofiche e della comunicazione	<i>Carat</i> Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione
6	SECS-P/08	6-9	<i>Carat</i> Scienze statistiche, economiche e aziendali	<i>Carat</i> Discipline sociali, economiche e giuridiche
10	SECS-P/12	6-9	<i>Carat</i> Scienze statistiche, economiche e aziendali	Attività formative affini o integrative
9	SPS/08	6-6	<i>Carat</i> Scienze ambientali, progettuali e socio-politiche	<i>Carat</i> Discipline cognitive e dei linguaggi medi
8	AGR/01 , AGR/03 , AGR/16 , ICAR/13 , IUS/01 , L-FIL-LET/10 , L-LIN/12 , M-DEA/01 , M-FIL/05 , MED/49 , SECS-P/10 , SECS-P/12	15-43	Attività formative affini o integrative	Attività formative affini o integrative
Totale crediti		69 - 118		

LM/GASTR R Scienze economiche e sociali della gastronomia

Attività	Ambito	Crediti
Carat	Discipline storiche, filosofiche e della comunicazione	30 42
Carat	Scienze alimentari e della nutrizione	
Carat	Scienze ambientali, progettuali e socio-politiche	12 15
Carat	Scienze giuridiche	
Carat	Scienze statistiche, economiche e aziendali	12 18
Attività formative affini o integrative		15 43
Minimo CFU da D.M. per le attività caratterizzanti 48		
Somma crediti minimi ambiti caratterizzanti 54		
Minimo CFU da D.M. per le attività affini 12		
Somma crediti minimi ambiti affini 15		
Totali		69 118

LM-92 R Teorie della comunicazione					
Attività	Ambito			Crediti	
Carat	Discipline cognitive e dei linguaggi medi			6	6
Carat	Discipline sociali, economiche e giuridiche			6	9
Carat	Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione			30	42
Attività formative affini o integrative				27	61
Minimo CFU da D.M. per le attività caratterizzanti 48					
Somma crediti minimi ambiti caratterizzanti 42					
Crediti assegnati alle attività caratterizzanti inferiore al minimo da decreto					
Minimo CFU da D.M. per le attività affini 12					
Somma crediti minimi ambiti affini 27					
Total				69	118

▶ **Attività caratterizzanti**

LM-92 R Teorie della comunicazione

LM/GASTR R Scienze economiche e sociali della gastronomia

ambito disciplinare	settore	CFU
Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	M-FIL/04 Estetica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	30 - 42
Discipline cognitive e dei linguaggi medi	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	6 - 6
Discipline sociali, economiche e giuridiche	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	6 - 9
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 48)		
Totale per la classe	42 - 57	

ambito disciplinare	settore	CFU
Scienze statistiche, economiche e aziendali	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/12 Storia economica	12 - 18
Scienze alimentari e della nutrizione		-
Scienze giuridiche		-
Scienze ambientali, progettuali e socio-politiche	M-GGR/01 Geografia SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	12 - 15
Discipline storiche, filosofiche e della comunicazione	M-FIL/04 Estetica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	30 - 42
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 48)		
Totale per la classe	54 - 75	



Attività affini



LM-92 R Teorie della comunicazione

LM/GASTR R Scienze economiche e sociali della gastronomia

ambito disciplinare	CFU	
	min	max
Attività formative affini o integrative	27	61

ambito disciplinare	CFU	
	min	max
Attività formative affini o integrative	15	43



Altre attività



ambito disciplinare	CFU min	CFU max
A scelta dello studente	8	12
Per la prova finale	9	12
Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	-	-
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		
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-
Totale Altre Attività	23 - 39	



Riepilogo CFU



LM/GASTR R Scienze economiche e sociali della gastronomia: CFU totali del corso 92 - 157

LM-92 R Teorie della comunicazione: CFU totali del corso 92 - 157



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 attività caratterizzanti



Note relative alle altre attività



