



Il Master, in lingua inglese, si rivolge principalmente a un pubblico internazionale che desidera sviluppare un approccio innovativo allo studio del cibo e ai suoi codici comunicativi. Il programma prevede lezioni, esercitazioni e degustazioni, viaggi didattici in Italia e all'estero per conoscere i prodotti di

qualità. L'obiettivo principale del Master è fornire agli studenti una conoscenza approfondita del concetto di qualità attraverso un approccio antropologico e storico del consumo alimentare per arrivare alle strategie di comunicazione e promozione. La formazione teorica è integrata da un pro-

gramma di viaggi-studio presso destinazioni italiane ed europee. A conclusione del corso, ogni studente svolge un tirocinio formativo all'interno di associazioni o realtà legate alla promozione dell'agroalimentare, dove potrà ricoprire ruoli diversi nell'ambito dell'editoria, marketing e comunicazione.

L'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche, nata nel 2004 su iniziativa dell'associazione Slow Food, è un'università privata legalmente riconosciuta dallo stato italiano.

Università degli Studi di Scienze Gastronomiche
 piazza Vittorio Emanuele 9
 Frazione Pollenzo
 12042 Bra (Cn) Italia
 tel. +39 0172 458511
 fax +39 0172 458500
 info@unisg.it
 www.unisg.it

entra nel futuro del cibo



master post laurea: Italian Gastronomy and Tourism

Il Master, in lingua inglese, fornisce agli studenti un'approfondita conoscenza della cultura alimentare italiana, nei suoi aspetti produttivi, storici, sociali, antropologici e gastronomici. Il programma offre una preparazione nell'ambito del marketing e della comunicazione del settore agroalimentare e del turismo enogastronomico italiano, con particolare riferimento ai prodotti di eccellenza e ad alta sostenibilità. L'apprendimento della lingua

italiana, gli insegnamenti di Italian Studies e i viaggi-studio alla scoperta di produzioni agroalimentari di diverse regioni italiane, offrono un'immersione totale nella cultura del paese. Durante il corso sono previsti viaggi didattici in Italia e all'estero, visite e lezioni pratiche su pasta, formaggi, salumi, pesce, olio, pomodoro, vino e, in conclusione, un tirocinio formativo presso associazioni, aziende o enti di promozione del settore alimentare.



Scriba Studio



master post laurea: Food Culture and Communications

laurea triennale in Scienze Gastronomiche

Il corso di laurea triennale in Scienze Gastronomiche nasce con l'obiettivo di formare una nuova figura professionale, il gastronomo, capace di operare nella produzione, distribuzione, promozione e comunicazione dell'agroalimentare di qualità.

I laureati in Scienze Gastronomiche possono ricoprire ruoli di addetti alla comunicazione in campo enogastronomico, al marketing e alla promozione di prodotti d'eccellenza in consorzi di tutela, aziende

del settore, enti turistici. Grazie alla completezza tra formazione umanistica e scientifica, al training sensoriale, all'esperienza diretta (attraverso i viaggi didattici) dei processi artigianali e industriali di produzione ed elaborazione del cibo, gli studenti acquisiscono competenze molteplici e un approccio sfaccettato alla complessità del mondo della gastronomia.

Durante il triennio i ragazzi effettuano 15 viaggi didattici

sul territorio italiano e all'estero: i viaggi si definiscono tematici quando focalizzati su una filiera di un prodotto e territoriali quando relativi alle peculiarità di un territorio.

Queste esperienze di didattica sul campo permettono ai ragazzi di imparare utilizzando i cinque sensi, di seguire la filiera produttiva e conoscere la biodiversità assaporando i cibi, incontrando chi coltiva, produce e trasforma e partecipando a lezioni con esperti e produttori.



ANNO I

Informatica e statistica
Scienze molecolari
Biologia
Fisiologia umana e basi molecolari del gusto
Microbiologia degli alimenti
Storia dell'agricoltura e dell'alimentazione

ANNO II

Produzioni agroalimentari
Viticoltura ed Enologia
Analisi sensoriale
Tecnologie alimentari
Storia della cucina e del vino

ANNO III

Economia e diritto agroalimentare
Sociologia dell'ambiente e del territorio
Nutrizione e dietetica
Geografia e turismo
Sistemi e tecnologie di ristorazione
Filosofia e semiotica dell'alimentazione
Antropologia culturale

Viaggi didattici tematici

ANNO I
Produzioni animali e vegetali
Caffè
Pasta

ANNO II
Produzioni animali e vegetali
Pesca
Riso

ANNO III
Pesca
Olio
Birra

Viaggi didattici territoriali

ANNO I
Regioni italiane tra le quali:
Campania
Piemonte
Puglia
Trentino

ANNO II
Kenya
Francia
Germania
Regno Unito
Sud Africa
Portogallo
Messico
Spagna

ANNO III
Germania
Albania
Creta
Brasile
Marocco
Stati Uniti
Irlanda
Corea

Le destinazioni dei viaggi possono subire annualmente delle variazioni.



Arete di insegnamento

Economia e diritto
Etica, sociologia e tradizione
Management e comunicazione
Scienze e tecnologie alimentari
Cultura gastronomica
Storia delle culture alimentari
Storia del territorio e dei prodotti tipici
Geografia

laurea magistrale in Promozione e Gestione del Patrimonio Gastronomico e Turistico

Il corso di laurea magistrale in Promozione e Gestione del Patrimonio Gastronomico e Turistico prevede due aree di studio: una focalizzata sulla comunicazione del cibo, l'altra relativa alle politiche alimentari. Peculiarità del corso è inoltre un tirocinio lavorativo retribuito di 9 mesi presso aziende e istituzioni legate all'eccellenza agroalimentare italiana. L'area "Comunicazione" si rivolge a laureati triennali delle facoltà umanistiche o scientifiche che vogliano operare all'interno di imprese o di istituzioni pubbliche e private

per occuparsi di marketing, promozione e valorizzazione delle produzioni gastronomiche del territorio o per intraprendere l'attività di comunicazione enogastronomica. L'area "Diritto e Politiche Alimentari" si rivolge a laureati triennali delle facoltà economiche e giuridiche o medico scientifiche che desiderino operare negli organismi locali, nazionali o internazionali attinenti alla regolamentazione della filiera alimentare come, ad esempio, assessorati, ministeri, istituzioni sanitarie, organizzazioni internazionali.

Parte fondante del corso è quindi la possibilità, per gli studenti, di mettersi in gioco in un vero contesto lavorativo, e di conoscere le dinamiche aziendali e produttive di grandi realtà del mondo dell'alimentare. Gli ambiti disciplinari della laurea magistrale prevedono insegnamenti nel campo dell'economia e del diritto, del marketing e del management applicato all'enogastronomia e al turismo, della comunicazione multimediale dell'alimento e dei sistemi di qualità, della distribuzione e della scienza dei consumi.