



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PALERMO

L'Univercittà  
unipa.it

Guido Bergagli, Pasticceria



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

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

**Coordinatore: Gianfranco Marrone**

**TERZA  
EDIZIONE**



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

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

# REQUISITI

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

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

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

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

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

## SBOCCHI LAVORATIVI

### IN COLLABORAZIONE CON



### MEDIA PARTNER

cronache **di** gusto.it

LIVESICILIA

ROSALIO

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

TERZA  
EDIZIONE

### OBIETTIVI FORMATIVI

**Padroneggiare** tutti gli strumenti di analisi della comunicazione del settore

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

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

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

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

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

### IMPEGNO DIDATTICO

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

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

### BANDO

[www.unipa.it/master](http://www.unipa.it/master)

### SCADENZA

23 dicembre 2015

### QUOTA DI ISCRIZIONE

2055 euro (suddivisa in due rate)

### CONTATTO

[mastergusto.unipa@gmail.com](mailto:mastergusto.unipa@gmail.com)

[facebook.com/mastergustounipa](https://facebook.com/mastergustounipa)



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PALERMO

Enjoy  
your meal

