



Guido Baragli, Pasticceraia



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PALERMO**

**L'Università**  
unipa.it

RELATIVI AI PRODOTTI ALI  
DEL CIBO ATTRAVERSO L'U  
VALORE CULTURALE E ANTE  
PERIMENTO ALLA RAPPRESE  
IONI - LOGICA DEI DISTRE  
I RELATIVI AI PRODOTTI AL  
A DEL CIBO ATTRAVERSO L'U  
VALORE CULTURALE E ANTE  
PERIMENTO ALLA RAPPRESE  
I - LOGICA DEI DISTRETTI PI  
RELATIVI AI PRODOTTI ALI  
A DEL CIBO ATTRAVERSO L'U  
VALORE CULTURALE E ANTE  
PERIMENTO ALLA RAPPRESE  
I - LOGICA DEI DISTRETTI PI  
RELATIVI AI PRODOTTI ALI  
A DEL CIBO ATTRAVERSO L'U  
VALORE CULTURALE E ANTE  
PERIMENTO ALLA RAPPRESE  
LOGICA DEI DISTRETTI PI  
TTI ALIMENTARI - MARKET  
VERSO L'USO DEI PIU' DISPA  
LE E ANTROPOLOGICO DEL C  
PRESENTAZIONE MEDIATICA  
RETTI PRODUTTIVI - PROC  
ENTARI - MARKETING DEI PR  
SO DEI PIU' DISPARATI MEZZI  
NTROPOLOGICO DEL CIBO -  
SENTAZIONE MEDIATICA E  
TI PRODUTTIVI - PROCESSI  
TI ALIMENTARI - MARKETIN  
VERSO L'USO DEI PIU' 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 PIU' DISPARATI MEZZI DI COMUNICAZIONE, STORIA E TRADIZIONI DEL CIBO - APERCIZIONE TECNICHE E PRODUZIONE - LOGICA DEI  
LE E ANTROPOLOGICO DEL CIBO - PERCEZIONE E SINTASSI SENSORIALI - RITUALI DI CONSUMO, TENDENZE E SCENARI EVOLUTIVI  
PRESENTAZIONE MEDIATICA E MULTIMEDIALE DEL CIBO - REALIZZAZIONE, PROMOZIONE, E VALORIZZAZIONE DELLA CULTURA  
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 PARTICOLARE RIFERIM  
VERSO L'USO DEI PIU' DISPARATI MEZZI DI COMUNICAZIONE, STORIA E TRADIZIONI DEL CIBO - SPECIFICITA' TECNICHE E PRODUZION  
NTROPOLOGICO DEL CIBO - PERCEZIONE E SINTASSI SENSORIALI - RITUALI DI CONSUMO, TENDENZE E SCENARI EVOLUTIVI

*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**



## 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.

È possibile fare richiesta per il prestito fiduciario ad honorem messo a disposizione da Unipa, che copre l'intero importo della quota di iscrizione

<http://portale.unipa.it/amministrazione/area1/set08/uob05bis/prestito-fiduciario-ad-honorem/>

**PRESTITO FIDUCIARIO AD HONOREM**

IN COLLABORAZIONE CON



**MEDIA PARTNER**  
cronacheigusto.it  
ROSALIO

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

TERZA EDIZIONE



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

### 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; **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 **iscriversi al secondo anno di alcune lauree magistrali** dell'Ateneo

### BANDO

<http://portale.unipa.it/amministrazione/area1/uoa03/>

### SCADENZA

18 Febbraio 2015

### QUOTA DI ISCRIZIONE

2000 euro (suddivisa in due rate)

### CONTATTO

mastergusto.unipa@gmail.com

Enjoy your meal