

**SYLLABUS**

**MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO e SECONDO LIVELLO**

**Food Management - MAFOOD**

**III Edizione**

**ANNO ACCADEMICO 2016/2017**

**MODULO ECONOMIA E MANAGEMENT**

**Corso di Fondamenti di economia aziendale e management – solo primo livello**

- I principali metodi di calcolo dei costi
- La determinazione dei costi di prodotto, di progetto, di cliente, di area geografica, di servizio
- L'analisi dei conti economici gestionali
- L'impiego delle informazioni economiche gestionali nella valutazione di redditività dei prodotti, dei progetti, dei servizi e dei clienti, e nelle decisioni make or buy
- La determinazione delle performance (economiche, di efficienza e di efficacia) di processo
- Le caratteristiche di un progetto di investimento
- La misurazione del costo del capitale, del rischio e delle aspettative dell'investitore
- La tecnica dell'attualizzazione dei flussi di cassa
- I principali metodi per la valutazione della bontà economico-finanziaria di un investimento

### **Corso di Strategia**

- La definizione del business
- Il processo di segmentazione strategica dei business
- Le leve per il pieno potenziale del core business
- Dal core business alle adiacenze di business
- La valutazione di entrata in nuovi business
- Le opzioni dello sviluppo strategico in nuovi business
- Strumenti per l'analisi del settore e della concorrenza
- Le mappe strategiche per il posizionamento competitivo
- La profilazione e l'analisi dei concorrenti diretti
- La strutturazione di un sistema di competitive intelligence
- La costruzione di una strategia competitiva: scelte di vantaggio e di ambito competitivo
- Il dilemma tra imitazione e unicità competitiva
- Scelte competitive e ciclo di vita del prodotto
- La specificità delle strategie in fase di maturità settoriale
- I giochi competitivi: movimento, imitazione e posizione
- Manovre offensive e difensive nei giochi competitivi

### **Corso di Analisi delle Performance economico finanziarie**

- La redditività operativa
- Il payback period
- L'internal rate of return o IRR
- Il net present value (NPV) o V.A.N.
- Le relazioni tra gestione economica, gestione finanziaria, gestione strategica e aspetti socio-organizzativi nella creazione di valore da parte di un investimento
- Il budget economico come integrazione dei diversi budget operativi
- La dimensione finanziaria del budget
- Il controllo dei risultati: analisi degli scostamenti di ricavo, di costo, di margine rispetto al budget
- Gli obiettivi delle politiche di pricing
- Le analisi propedeutiche per la determinazione del prezzo: la domanda, i concorrenti, i costi

Mod. UM 05 - Syllabus – Rev.00 del 15/09/2015			Pag. 2 di 1
--	--	--	-------------

- I metodi tradizionali (cost plus pricing) e i metodi innovativi (target costing) nella determinazione del costo per la fissazione del prezzo cost-oriented
- L'analisi delle preferenze dei clienti e del valore percepito: analisi sensoriale e consumer science

#### Innovazione

- Principali modelli di gestione dell'innovazione
- La programmazione e il controllo dell'attività di innovazione
- Target costing e renovation management

## MODULO DI MARKETING

### Corso di Istituzioni di Marketing – solo primo livello

- Il ruolo del marketing nei mercati maturi e in quelli innovativi
- Il comportamento d'acquisto del consumatore
- Le ricerche di mercato
- Segmentazione e posizionamento
- La gestione della clientela diretta e il trade marketing
- Customer satisfaction and brand loyalty
- Marketing e antropologia, analisi e classificazione delle culture internazionali
- Le dimensioni culturali (Hofstede) e l'adattamento delle strategie di Marketing
- Globalizzazione vs localizzazione della strategia di marketing e comunicazione
- Un confronto USA Italia

### Corso di Marketing e management della filiera agroalimentare – solo secondo livello

- Strategie di internazionalizzazione
- Costi e benefici delle scelte di export e produzione all'estero
- Marketing Internazionale

- Le modalità di analisi dei processi esistenti (AS IS) e di definizione di quelli richiesti in futuro (TO BE)
- I principali sistemi di misura delle prestazioni produttive e logistiche
- Le differenze esistenti tra diverse tipologie produttive
- La formulazione delle strategie produttive e logistiche in rapporto alla strategia aziendale nel suo complesso
- Gli approcci più moderni al miglioramento delle operazioni con particolare riferimento al “lean manufacturing” e al “supply chain management”
- Il Brand Management
- I diversi ruoli della marca all’interno dell’azienda: da fattore tattico ad asset strategico
- L’equity di marca: come misurare il valore della marca per il cliente e per l’azienda
- Le nuove forme di comunicazione: la comunicazione digitale e le sue caratteristiche
- I new media e la campagna pubblicitaria
- Gestire relazioni attraverso i social media: la reputation management
- Strategie di valutazione delle attività sui social media

#### **Corso di Metodi quantitativi per il marketing**

- Principali metodi di analisi dei dati e dei relativi strumenti informatici
- L’ impostazione di un piano di analisi
- L’esecuzione di analisi di tipo univariato e multivariato su dati reali mediante l’utilizzo di software
- L’ interpretazione dei risultati ottenuti e presentazione in chiave business.

## MODULO PROJECT MANAGEMENT

- Ruoli e dinamiche lavorative
  - Stadi di evoluzione di un gruppo secondo Lacoursiere
  - Le fasi critiche dei gruppi, diagnosi e superamento
  - Produttività e fattore umano, meccanismi di interazione
  - Problemi del cambiamento entro i gruppi
  - I gruppi a durata predefinita: task force
  - Allocazione dei ruoli entro i gruppi
  - Il patto psicologico entro il team
  - Stili di leadership
  - Leader in equilibrio fra carisma e istituzione
  - Motivazione attraverso strumenti non monetari
  - Gestione del conflitto e delle insoddisfazioni
  - Atteggiamenti comportamentali e mentali del leader
  - La gestione delle differenze entro il gruppo
- 
- Principali strumenti di project management
  - Analisi integrata dei risultati di progetto: economico-finanziari, di efficienza del processo, di soddisfazione del cliente, di creazione di know-how

## **MODULO DI INDUSTRIE ALIMENTARI**

### **Corso di Fondamenti di scienze e tecnologia degli alimenti – solo primo livello**

Il modulo viene proposto ai partecipanti per omogeneizzare il vocabolario dell'aula in tema di scienze e tecnologie Alimentari.

- Conservazione degli alimenti.
- I microorganismi
- Lieviti, muffe, protozoi, elminti
- Malattie trasmesse da animali (MTA)
- I carboidrati, le proteine, i grassi
- Proprietà degli alimenti
- Fondamenti della fisiologia della nutrizione
- Integratori alimentari ed alimenti destinati ad alimentazioni particolari: definizioni e riferimenti normativi

### **Corso di Diritto alimentare**

- Controlli e Analisi
- Sequestro, ritiro, allerta
- Sicurezza dei prodotti alimentari Regolamento 178/2002
- Pericolo per la salute pubblica: illeciti alimentari
- Le frodi alimentari
- Etichettatura dei prodotti alimentari e informazione del consumatore
- La pubblicità dei prodotti alimentari

### **Corso di Packaging**

- Food Packaging
- La sicurezza del Food Packaging
- Il valore economico delle funzioni tecniche del Food Packaging
- Il Food Packaging e le problematiche dello stoccaggio, del trasporto e del canale distributivo
- Osservare i quattro punti con gli occhi dell'ambiente e cercare un nuovo equilibrio
- Food packaging e comunicazione
- Principali trend di innovazione

### **Corso di Gestione della qualità e della sicurezza.**

- L'evoluzione delle tecniche di Qualità nell'Industria Alimentare
- Come trasformare le aspettative del consumatore in un prodotto a lui gradito
- I costi di non Qualità
- Il significato della certificazione della Qualità
- Come misurare la Qualità
- Esempi di gestione della sicurezza alimentare nell'Industria Alimentare
- La gestione della sicurezza alimentare da parte delle Autorità Sanitarie

### **Corso di Nutrizione e Functional food**

- Proprietà degli alimenti
- Fondamenti della fisiologia della nutrizione
- Integratori alimentari ed alimenti destinati ad alimentazioni particolari: definizioni e riferimenti normativi

### **Corso di Sensory and consumer science**

- Elementi di statistica per non statistici
- L'analisi sensoriale: modello, strumenti e applicazioni
- Elementi di product development
- Shelf Life degli alimenti