

SYLLABUS

MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO LIVELLO

IN FOOD MANAGEMENT - MAFOOD

ANNO ACCADEMICO 2017/2018

MODULO ECONOMIA E MANAGEMENT

Corso di Fondamenti di economia aziendale

- L'azienda, le sue finalità e le sue combinazioni economiche;
- la struttura delle aziende e il loro assetto istituzionale;
- il principio di economicità;
- le scelte strategiche, le scelte produttive (dimensione, economie di scala, economie di scopo) e le scelte di organizzazione;
- fondamenti di contabilità e bilancio.

Corso di Analisi dei costi a supporto delle decisioni aziendali

- I parametri di performance economico-finanziaria dell'azienda;
- il comportamento dei ricavi e dei costi aziendali;
- 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 nelle valutazioni di redditività e nell'ambito delle decisioni operative.

Corso di Management

- Processi gestionali e decisioni manageriali;
- dalle scelte strategiche al modello di Business;

Mod. UM 05 - Syllabus – Rev.00 del 15/09/2015	Master in Food e Management – MAFOOD A.A. 2017/2018		Pag. 1
--	--	--	--------

- la “lettura” dell’azienda in termini di processi interfunzionali;
- l’interazione delle funzioni lungo i processi;
- i processi critici: dall’innovazione alla logistica
- la teoria dei gruppi: ruoli e dinamiche lavorative;
- logiche e strumenti di Project Management.

Corso di Strategia

- La definizione del business
- Il processo di segmentazione strategica dei 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 costruzione di una strategia competitiva: scelte di vantaggio e di ambito competitivo
- Scelte competitive e ciclo di vita del prodotto
- I giochi competitivi

Corso di pianificazione, programmazione e controllo di gestione

- Analisi degli scenari macroeconomici
- Logiche e strumenti di pianificazione strategica
- La costruzione del Business Plan
- L’approccio Balanced Scorecard
- La gestione dei progetti di investimento nell’ambito del piano strategico
- I principali metodi per la valutazione della bontà economico-finanziaria di un investimento
- Dal piano strategico alla costruzione dei programmi di azione, dei budget operativi e del budget economico-finanziario
- Il controllo dei risultati attraverso l’analisi degli scostamenti tra consuntivo e budget nell’ambito del sistema di reporting

Corso di supply chain e logistica

- I principali processi di supply chain management
- pianificazione e gestione dei tre macroprocessi logistici aziendali: in entrata, interna e in uscita;
- la misurazione delle performance delle attività logistiche;

Mod. UM 05 - Syllabus – Rev.00 del 15/09/2015	Master in Food e Management – MAFOOD A.A. 2017/2018		Pag. 2
--	--	--	--------

- La formulazione delle strategie 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”

MODULO DI MARKETING

Corso di Istituzioni di Marketing

- Il processo di marketing management
- L’analisi del mercato e le ricerche di marketing
- La definizione della strategia di marketing e la predisposizione del piano di marketing
- La segmentazione della domanda e il posizionamento del prodotto
- Le decisioni di politica di prodotto
- La scelta dei canali distributivi e le politiche di vendita
- Il pricing
- Le attività di promozione e di comunicazione

Corso di Marketing e Management della filiera agroalimentare

- Il comportamento d’acquisto del consumatore
- La gestione della clientela diretta e il trade marketing
- Customer satisfaction and brand loyalty
- Strategie di internazionalizzazione
- Costi e benefici delle scelte di export e produzione all’estero
- Il Brand Management
- L’equity di marca: come misurare il valore della marca per il cliente e per l’azienda
- I new media e la campagna pubblicitaria
- Gestire relazioni attraverso i social media: la reputation management
- Strategie di valutazione delle attività sui social media
- Principali modelli di gestione dell’innovazione
- La programmazione e il controllo dell’attività di innovazione
- Target costing e renovation management

Mod. UM 05 - Syllabus – Rev.00 del 15/09/2015	Master in Food e Management – MAFOOD A.A. 2017/2018		Pag. 3
--	--	--	--------

Corso di Web Marketing

- Strumenti del web marketing
- Analisi SEO
- Posizionamento
- Piano di web Marketing
- Social
- 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 DI SCIENZE E TECNOLOGIE ALIMENTARI

Corso di Fondamenti di scienze e tecnologia degli alimenti

- Nozioni di microbiologia.
- I pericoli nel settore alimentare: biologico, chimico e fisico
- I pericoli emergenti
- Le tecniche di conservazione
- I principali processi della tecnologia alimentare
- Shelf life degli alimenti
- Gli elementi e la composizione nutrizionale
- Fondamenti e fisiologia della nutrizione

Corso di Diritto alimentare

- Cos'è il diritto e cosa regola
- Principi generali derivanti da trattati e giurisprudenza
- Cenni di diritto comunitario
- Le fonti nazionali, comunitarie ed internazionali

Mod. UM 05 - Syllabus – Rev.00 del 15/09/2015	Master in Food e Management – MAFOOD A.A. 2017/2018		Pag. 4
--	--	--	--------

- Concetto di qualità e sua tutela: le DOP e le IGP
- Copacking e subfornitura: le private label
- Il commercio di alimenti in Italia: Articolo 62
- Etichettatura nazionale ed internazionale
- Claim salutistici e nutrizionali
- La pubblicità ingannevole
- Frodi e illeciti

Corso di Gestione della qualità e della sicurezza.

- La normativa comunitaria sulla sicurezza alimentare il pacchetto igiene
- La gestione della sicurezza alimentare da parte delle autorità sanitarie
- I sistemi di gestione Qualità, Sicurezza e Ambiente e la loro integrazione in una logica di azienda sostenibile
- Le norme cogenti: Qualità Sicurezza Ambiente
- Le norme volontarie
- L'azienda sostenibile
- Come costruire un sistema di gestione che dia valore aggiunto all'organizzazione
- Le peculiarità dei 3 sistemi ed i *"perché"* dell'integrazione.
- Come integrare i sistemi

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

MODULO COMPETENZE TRASVERSALI (no Crediti)

- Public Speaking
- Team Building e team working
- Problem solving
- L'assessment e il colloquio di selezione
- Negoziazione
- Organizzare i dati in maniera efficace e funzionale

Mod. UM 05 - Syllabus – Rev.00 del 15/09/2015	Master in Food e Management – MAFOOD A.A. 2017/2018		Pag. 5
--	--	--	--------

- Analizzare i dati utilizzando strumenti e funzioni complesse
- Importare i dati da un file o dal Web
- Gestire grafici complessi
- Utilizzare opzioni avanzate di formattazione

Mod. UM 05 - Syllabus – Rev.00 del 15/09/2015	Master in Food e Management – MAFOOD A.A. 2017/2018		Pag. 6
--	--	--	--------