



3° MASTER FOOD INDUSTRY MANAGEMENT

Internazionalizzazione, marketing e tecnologie del Food System

PARMA, DAL 24 OTTOBRE 2016

MASTER FULL TIME
5 mesi in aula e 6 di stage



IN EVIDENZA:

- ▲ Strategie d'internazionalizzazione
- ▲ Digital Media e nuove strategie di comunicazione
- ▲ Laboratori nelle filiere alimentari
- ▲ Visite aziendali presso importanti imprese dell'agro-alimentare
- ▲ Partecipazione alle fiere di settore



Sponsor:



Partner:



Con il patrocinio di:



INDICE

- 5 ▲ Presentazione
- 6 ▲ I partner dell'iniziativa:
Università degli Studi di Parma -
24 ORE Business School ed Eventi
- 7 ▲ Il profilo dei partecipanti
- 8 ▲ Le caratteristiche del Master
- 11 ▲ Il percorso formativo
- 13 ▲ Il programma
- 16 ▲ I laboratori e le sessioni
operative
- 17 ▲ Lo stage: una preziosa
opportunità di training on the job
- 18 ▲ Faculty
- 21 ▲ 24ORE CLUB ALUMNI
- 22 ▲ Informazioni

COMPETENZE / LAVORO / CARRIERA

Il Sole 24 ORE

Sege del Sole 24 ORE in Milano - Via Monte Rosa 91

PRESENTAZIONE

Le ragioni per lo sviluppo di un Master di eccellenza a Parma

Parma è comunemente riconosciuta in Italia in ragione della sua vocazione agroalimentare. Sul suo territorio risultano, infatti, concentrate tutta una serie di attività agricole e industriali tra loro collegate che consentono di definire l'area parmense come uno dei principali distretti di filiera italiani. Accanto ad un numero elevato di piccole aziende operano nell'area parmense anche alcune grandi marchi agroalimentari leader in campo internazionale, nonché importanti imprese dell'impiantistica alimentare che offrono il supporto meccanico e tecnologico alle attività connesse alle produzioni alimentari. L'esistenza, creatasi negli anni, di

eccellenti realtà nel campo della produzione e della tecnologia trovano giustificazione nella profonda interconnessione fra la tradizione e la cultura secolare dei prodotti tipici e la più recente, ma ormai altrettanto consolidata, crescita di strutture scientifiche e tecnologiche dedicate al mondo degli alimenti e afferente ai Dipartimenti, ai centri di ricerca universitari e alla Stazione Sperimentale per l'Industria Conserviera. A supporto di queste attività si è sviluppato un polo fieristico che presenta alcune manifestazioni di valenza internazionale tra cui Cibus e CibusTEC in tema di eccellenza in campo alimentare.

Dal 2002, infine, a Parma ha sede l'EFSA, (European Food Safety Authority), l'Ente dell'Unione Europea che si occupa di interfacciare i diversi Paesi in tema di valutazione dei rischi relativi alla qualità e alla sicurezza di alimenti e mangimi.

Per queste ragioni l'Università degli Studi di Parma e la Business School del Sole 24 ORE hanno deciso di avviare questo master in partnership, finalizzato a formare giovani con competenze innovative e distintive in un settore di eccellenza del Made in Italy, oggi in rilevante crescita. Un percorso formativo che anche in quest'occasione si distingue per la presenza di docenti e testimonial di grande prestigio, per il taglio operativo della didattica, nonché per lo stretto rapporto con il mondo delle imprese.



Guido Cristini
*Direttore del Master
Università degli Studi di Parma*

Antonella Rossi
*Direttore Business School
Il Sole 24 ORE
Direttore
Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi*

I PARTNER DELL'INIZIATIVA



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

L'Ateneo registra un posizionamento di alto profilo nel contesto universitario nazionale: **9 Dipartimenti, 35 corsi di laurea triennale, 38 corsi di laurea magistrale e 6 a ciclo unico** e oltre 37 master e 18 corsi di perfezionamento di lungo termine. L'Ateneo conta circa 900 docenti, 900 componenti del personale tecnico amministrativo ed oltre **25.000 studenti**.

L'Università è impegnata altresì a sviluppare un'intensa attività di cooperazione nell'ambito dei programmi dell'Unione Europea e di altri progetti internazionali in tema di ricerca scientifica.

Il Master in Food Industry Management sarà ospitato nelle aule del nuovo plesso didattico di Via Kennedy, angolo Vicolo Santa Maria, situato di fronte al Parco Ducale, a due passi dal centro storico della città ed inserito nel cosiddetto "Campus Universitario Urbano" dove sono a disposizione degli studenti, numerose aule studio, biblioteche, punti ristoro.

LA FORMAZIONE DAI PRIMI NELL'INFORMAZIONE



24ORE
BUSINESS SCHOOL



24ORE
EVENTI

24ORE Business School ed Eventi ha sviluppato un'offerta formativa sempre più innovativa e differenziata volta a soddisfare, da un lato, le esigenze di formazione di giovani neo laureati o con brevi esperienze di lavoro, e, dall'altro, le necessità di aggiornamento di manager e professionisti di imprese pubbliche e private.

La completezza dell'offerta trova una continua fonte di **innovazione e di aggiornamento** nel quotidiano, nelle riviste specializzate, nei libri e nei prodotti editoriali multimediali. La scelta dei temi attinge dal confronto con esperti e giornalisti, dal dialogo continuo con gli oltre 6000 manager che ogni anno frequentano le aule di 24 ORE Business School ed Eventi a Milano e a Roma.

Un'offerta formativa di valore sui temi di attualità, economia, finanza e management e focalizzata sulle diverse esigenze formative di giovani manager e professionisti.

Il sistema di prodotti:

- Annual ed Eventi
- Conferenze annuali presso la sede del Sole 24 ORE
- Eventi speciali
- Roadshow sul territorio
- Master di Specializzazione in formula weekend
- Executive Master
- MBA – Corsi e Convegni
- E-learning
- Formazione in house personalizzate
- Formazione professionisti
- Corsi serali di lingue

MASTER CON DIPLOMA

▲ **Master post laurea full time** che prevedono un periodo di stage e sono indirizzati a quanti intendono inserirsi nel mondo del lavoro con un elevato livello di qualificazione e competenza, requisiti oggi indispensabili sia per i giovani laureati sia per i neo inseriti in azienda.

▲ **MBA e Executive Master** strutturati in formula blended, con sessioni in distance learning alternate a sessioni in aula, per manager e imprenditori che vogliono conciliare carriera e formazione. In particolare l'MBA, realizzato in collaborazione con Altis - Università Cattolica, è un percorso di alta specializzazione sui temi dell'innovazione, internazionalizzazione e imprenditorialità.

▲ **Education Online**, Master interamente online per conseguire il Diploma della Business School del Sole 24 ORE. 90% di lezioni a distanza con esami in presenza per l'ottenimento del Diploma.

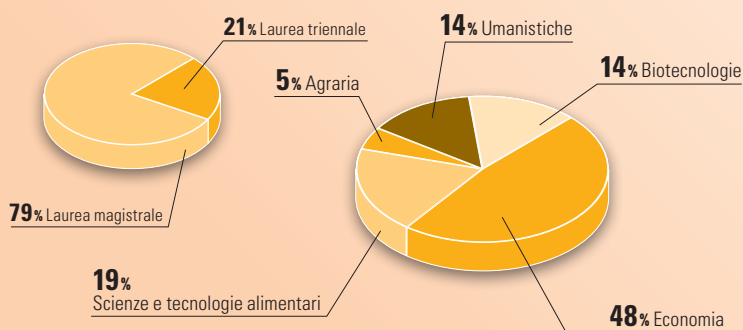
INOLTRE

▲ **Formazione Professionisti**, percorsi itineranti accreditati dagli Ordini Professionali in materia fiscale, lavoro e legale su tutto il territorio nazionale.

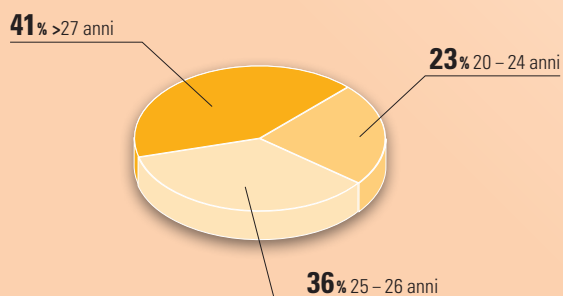
▲ **English Programs**: percorsi erogati interamente in lingua inglese che si caratterizzano per la faculty internazionale e la multiculturalità dei partecipanti.

IL PROFILO DEI PARTECIPANTI ALLA PRECEDENTE EDIZIONE

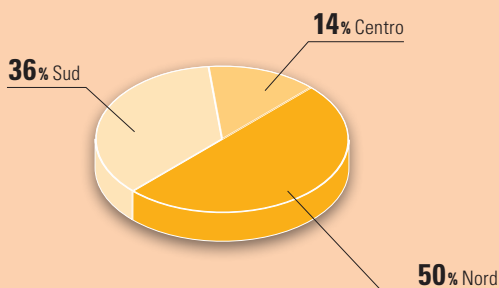
CURRICULUM SCOLASTICO DEI PARTECIPANTI



ETÀ DEI PARTECIPANTI



PROVENIENZA GEOGRAFICA DEI PARTECIPANTI



I NUMERI DELLA BUSINESS SCHOOL

- ▲ **29** Master full-time
- ▲ **16.000** ore di formazione all'anno
- ▲ oltre **1.300** studenti full tim all'anno
- ▲ **7.600** diplomati ai Master dal 1994 ad oggi
- ▲ **100%** collocati in stage al termine del periodo d'aula
- ▲ **2.000** esperti e docenti coinvolti ogni anno
- ▲ oltre **900** aziende, società di consulenza, banche e studi partner
- ▲ tassi di conferma al termine del periodo di stage superiori al **95%**

LE CARATTERISTICHE DEL MASTER FOOD INDUSTRY MANAGEMENT

DESTINATARI, OBIETTIVI E SBocchi PROFESSIONALI

Il Master ha l'obiettivo di formare nuovi profili professionali aventi competenze e sensibilità distintive e trasversali nell'ambito del Food System.

La partecipazione al Master consente agli iscritti di:

- ▲ **completare il livello di preparazione** universitaria attraverso l'assunzione di conoscenze specialistiche nell'ambito delle tematiche di valorizzazione delle filiere agroalimentari;
- ▲ **acquisire competenze distintive e trasversali** su temi di frontiera inerenti a: marketing e comunicazione nell'industria agroalimentare, operations e supply chain management, strategie per l'internazionalizzazione, la ricerca e lo sviluppo, il controllo e la certificazione di qualità;
- ▲ **valorizzare**, attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, **le capacità individuali** in modo da favorire l'inserimento in azienda in posizioni connotate da elevate responsabilità;
- ▲ **assicurare una costante relazione con la Business Community**, in virtù del coinvolgimento di testimoni provenienti dalle principali imprese operanti nella filiera.

Lo sbocco prioritario dei partecipanti risulta essere nelle funzioni del marketing, della comunicazione e relazioni esterne, del controllo qualità e

della sicurezza alimentare, della ricerca e sviluppo, della supply chain e dell'internazionalizzazione delle produzioni e delle marche. In particolare gli sbocchi prevalenti riguardano:

- ▲ Imprese di produzione e di trasformazione del settore alimentare
- ▲ Imprese di marca industriale
- ▲ Imprese della distribuzione moderna
- ▲ Consorzi ed Enti che si occupano della promozione dei prodotti agroalimentari
- ▲ Imprese dell'HORECA
- ▲ Enti di certificazione della qualità e della sicurezza

DESTINATARI

Il Master si rivolge prevalentemente a giovani laureati in Economia e in discipline scientifiche quali Scienze degli Alimenti, scienze e tecnologie agrarie, chimica, biologia, ingegneria meccanica, impiantistica degli alimenti. **Inoltre il Master si indirizza ai figli di imprenditori operanti nel settore agroalimentare interessati a sviluppare e innovare l'azienda di famiglia.**

DURATA E STRUTTURA

Il Master, a tempo pieno, numero chiuso e frequenza obbligatoria, ha una durata complessiva di **11 mesi, 5 di aula full time e 6 di stage, con inizio previsto il 24 ottobre 2016. I primi 5 mesi** sono dedicati alla **formazione in aula** con un piano didattico che si sviluppa **in tre fasi:**

- ▲ I fase: Allineamento delle competenze con quattro moduli didattici propedeutici;
- ▲ II fase: Introduzione metodologica al Food Chain Management e sviluppo delle tre aree d'interesse ovvero Area Marketing, Area Operation, Area Internazionalizzazione, Area Tecnologica;
- ▲ III fase: Laboratorio sulle 4 filiere agroalimentari e sviluppo del Project Work avanzato, volto ad approfondire le tematiche analizzate durante il percorso d'aula.

In seguito prendono avvio i **Field Project** presso le sedi delle imprese e degli enti partner.

Al termine dei 6 mesi di stage i partecipanti redigeranno una Relazione sulle principali attività svolte in azienda. La stessa sarà oggetto di valutazione da parte di una Commissione formata da alcuni membri della Faculty.

Il **Diploma di Master** sarà consegnato durante il **Graduation Day** in occasione di un evento di particolare rilevanza sia per la presenza di alcuni Special Guest, provenienti dalla Business Community Alimentare nazionale e internazionale, sia per la location solitamente individuata tra i luoghi simbolo della città.

CORPO DOCENTE

La docenza è affidata a manager d'azienda, consulenti e docenti universitari che hanno maturato distinte esperienze nell'ambito delle diverse discipline oggetto dell'approfondimento d'aula

METODOLOGIA DIDATTICA

La metodologia didattica utilizzata è orientata a coniugare aspetti di natura teorica con la gestione pratica dei processi presso le imprese e si concretizza con la realizzazione di **project work, discussioni di casi, esercitazioni, lavori di gruppo, business game e role playing.**

Inoltre sono previste iniziative dedicate ad accrescere le competenze individuali attraverso i **laboratori manageriali, il coaching di gruppo e l'outdoor training.** Sono previste numerose testimonianze di protagonisti del settore agro-alimentare che attraverso l'esperienza assunta in contesti di eccellenza, trasferiscono all'aula gli strumenti e le metodologie operative.

La settimana si articola, di norma, in 40 ore, dal lunedì al venerdì, nel quale è previsto, tra le altre attività, lo svolgimento di un **Corso Avanzato di Business English** focalizzato sui temi analizzati nel corso della settimana.



MATERIALE DIDATTICO

Ai partecipanti viene messo a disposizione il materiale didattico necessario per l'apprendimento dei contenuti presentati in aula:

- ▲ **dispense** strutturate ad hoc;
- ▲ **2 testi o manuali** editi dal Sole 24 ORE;
- ▲ **quotidiano** Il Sole 24 ORE, distribuito a tutti i partecipanti durante la fase d'aula;
- ▲ accesso alle **banche dati** del Sole 24 ORE e del CERD dell'Università degli Studi di Parma;
- ▲ accesso alla **biblioteca del Dipartimento di Economia ed a quello di Scienze dell'Alimentazione dell'Università di Parma.**

A complemento della formazione in aula, inoltre, ai partecipanti verranno resi disponibili, su piattaforma virtuale, alcuni **corsi on line tratti dalle collane multimediali "Master24 Gestione e Strategia di Impresa" e "Marketing & Comunicazione digitale"**, dei format innovativi con video lezioni, case histories, book di approfondimento, che andranno ad integrare le competenze di economia, management e digitale acquisite in aula. particolare, per la successiva crescita professionale.

ORGANIZZAZIONE DIDATTICA

L'organizzazione didattica prevede la presenza di:

- ▲ un **Comitato Scientifico** e di un **Comitato dei Garanti**, composti rispettivamente da docenti accademici e manager delle imprese che garantiscono la qualità e l'attualità dei contenuti, nonché favoriscono il processo di inserimento presso le imprese da parte dei partecipanti;
- ▲ dei **Coordinatori dei moduli didattici** che garantiscono la sequenzialità dei contenuti di ciascun argomento così come il grado di soddisfazione dell'aula;
- ▲ del **Direttore** che assicura che il percorso di apprendimento sia realizzato nei modi e nei tempi previsti;
- ▲ di un **Coordinatore operativo e responsabile dei rapporti con le imprese** che cura l'integrazione dei contenuti con le esigenze aziendali e le relazioni con le strutture finalizzate alla ricerca degli stage
- ▲ di un **Tutor d'aula** che pianifica gli interventi di docenza e valuta gli effetti didattici dell'azione formativa.

IL CORSO DI INGLESE INCLUSO NEL PERCORSO FORMATIVO

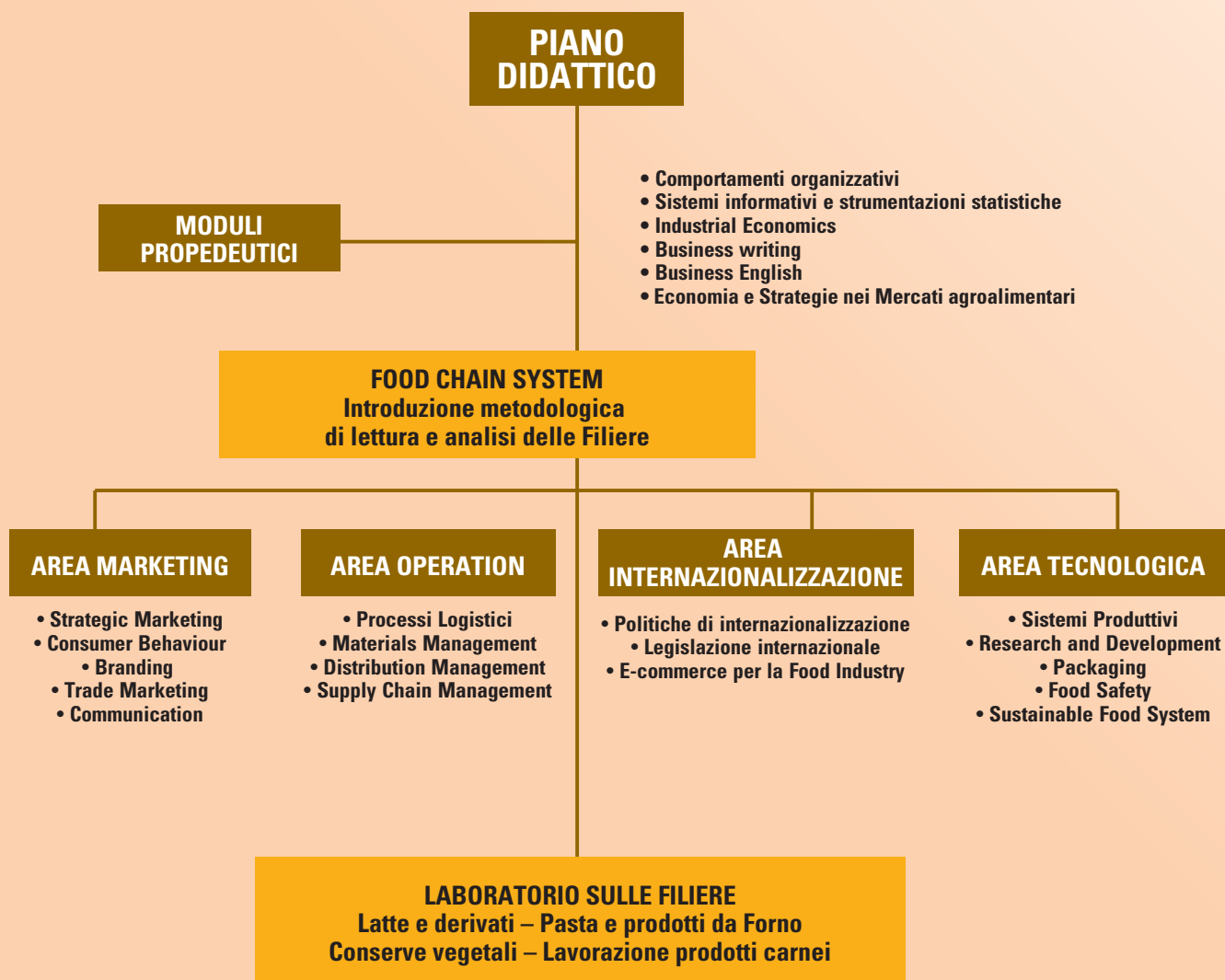
Realizzato in collaborazione con:



La conoscenza della lingua inglese è un fattore essenziale e imprescindibile per l'ingresso nel mondo del lavoro e, in particolare, per la successiva crescita professionale. Per questo motivo il Master prevede, all'interno del percorso formativo, un **corso intensivo** di Inglese tenuto da **docenti madrelingua**. Il corso si articola in 60 ore erogate in modo da fornire gli strumenti per affrontare un contesto lavorativo internazionale. I partecipanti hanno modo di imparare a gestire in modo efficace e produttivo meeting, presentazioni, business writing e telephoning.

IL PERCORSO FORMATIVO

TOTALE 102 GIORNATE D'AULA + 120 GIORNATE DI STAGE





IL PROGRAMMA

1° MODULO CORSI PROPEDEUTICI

Comportamento Organizzativo e sviluppo delle capacità individuali

- ▲ Il comportamento individuale nelle organizzazioni
- ▲ Il processo decisionale
- ▲ Il progetto professionale e la sua fattibilità
- ▲ L'evoluzione dello scenario economico : macro trend attuali
- ▲ Dinamiche nel gruppo di lavoro aziendale
- ▲ Metodologia esperienziale: Business game

Sistemi di Budgeting e controllo

- ▲ Sistema delle determinazioni quantitative d'azienda
- ▲ Voci del conto economico
- ▲ Sistemi di budgeting
- ▲ Valutazione e determinazione dei costi

Sistemi informativi e strumentazioni statistiche per la gestione dei mercati

- ▲ Analisi esplorative univariate, bi-variate e multivariate
- ▲ Modelli di regressione lineare multipla
- ▲ Riduzione delle dimensioni
- ▲ Cluster analysis per la segmentazione e il posizionamento

Business Writing

- ▲ La scrittura strategico-creativa nel settore del marketing e della comunicazione
- ▲ Modelli di scrittura professionale
- ▲ La scrittura di marketing nell'era digitale: dai blog ai social network

Introduzione all'economia dei settori

- ▲ Struttura, condotta e performance nei settori industriali
- ▲ "Make or buy?"
- ▲ Le leve competitive/I: Differenziazione del prodotto
- ▲ Le leve competitive/II: R&S e innovazione
- ▲ Fusioni & acquisizioni
- ▲ La nuova Politica industriale

Project Work di gruppo

Strategie di crescita delle imprese Agroalimentari, interna vs esterna

FOOD CHAIN SYSTEM

Introduzione metodologica di lettura e analisi delle filiere

ASSEGNAZIONE

Project Work Avanzato sulle Filere Alimentari

Economia e politiche agroalimentari

- ▲ Economia e struttura del settore agro-alimentare
- ▲ Il peso dell'agroalimentare nell'economia italiana
- ▲ Competitività internazionale
- ▲ Regolamentazione della qualità e certificazioni volontarie
- ▲ Le denominazioni di origine protette: aspetti normativi ed economici
- ▲ Politiche agricole e commerciali europee
- ▲ Aspetti economici delle politiche di food safety
- ▲ Mercati finanziari delle commodities agricole

WORKSHOP

EFSA role in the EU Food System

2° MODULO

AREA MARKETING

Strategic Marketing

- ▲ Concorrenza nel settore e vantaggio competitivo
- ▲ Le risorse e le competenze distintive
- ▲ La gestione strategica
- ▲ La pianificazione strategica
- ▲ Teorie dell'impresa: evoluzione dei modelli organizzativi e di management
- ▲ Segmentazione e target

Strategie di Branding

- ▲ Il valore della marca: awareness, fedeltà ed astrazione della relazione
- ▲ I processi e i driver dello sviluppo
- ▲ Le strategie e gli strumenti di sviluppo della brand identity

Politiche di Trade Marketing

- ▲ Analisi dello scenario distributivo e strategie di sviluppo
- ▲ La gestione dei canali e dei clienti
- ▲ Il marketing distributivo e la gestione delle leve

Consumer Behaviour

- ▲ I nuovi trend del consumo e le nuove direzioni delle ricerche di mercato
- ▲ La scelta di consumo: razionalità, emozioni e relazioni
- ▲ Protagonismo del consumatore, ranking e co-produzione del valore
- ▲ Come cambiano i sentimenti dei consumatori e come si analizzano

Communication

- ▲ Introduzione alla comunicazione
- ▲ Costruzione del piano di comunicazione
- ▲ Regole del linguaggio e delle immagini
- ▲ Le basi della creatività
- ▲ Le opportunità offerte del web e dai nuovi media digital S
- ▲ Social media management e nuove strategie di comunicazione

3° MODULO

AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE

Politiche d'internazionalizzazione dei prodotti agroalimentari

- ▲ I fattori di globalizzazione dei settori e dei mercati
- ▲ La selezione dei Paesi e la valutazione dell'attrattività dei mercati esteri
- ▲ La teoria di presenza e le alleanze nei mercati internazionali
- ▲ I sistemi di certificazione nazionale ed internazionale

CALL FOR STORIES

Le strategie di internazionalizzazione di PARMAREGGIO, MUTTI e FIERE DI PARMA raccontato dai loro Export Manager

Legislazione Internazionale

- ▲ Teoria generale del contratto internazionale
- ▲ Le norme internazionali in materia di commercio dei prodotti alimentari

- ▲ I processi di Etichettatura per l'esportazione
- ▲ La disciplina doganale
- ▲ La tutela del "Made in Italy"
- ▲ La gestione del rischio di credito e gli strumenti di pagamento
- ▲ Modalità di accesso ai finanziamenti per l'internazionalizzazione

Politiche, processi e sistemi innovativi nelle imprese agroalimentari

- ▲ Innovazione e strategia aziendale
- ▲ Un bene immateriale: R&D Drivers dell'innovazione
- ▲ Difesa della proprietà intellettuale
- ▲ Politiche di branding e target di consumo
- ▲ La Gestione del rischio di credito e gli strumenti di pagamento
- ▲ Modalità di accesso ai finanziamenti per l'internazionalizzazione

E-commerce per la Food Industry

- ▲ Il settore alimentare online
- ▲ Il fatturato del food con l'e-commerce in Italia e all'estero
- ▲ Le leggi e gli obblighi fiscali per vendere prodotti tipici online
- ▲ Strumenti di analisi per l'estero
- ▲ Problemi e limiti dell'e-commerce alimentare
- ▲ Il social e-commerce nel food
- ▲ Le piattaforme migliori per e-commerce

Projet Work

Strategie di mercato e internazionalizzazione: i casi di successo dell'industria italiana

4° MODULO AREA OPERATION

I sistemi di produzione nell'industria alimentare e processi logistici

- ▲ Introduzione alla logistica dell'agroalimentare
- ▲ Le sfide per le "operations"
- ▲ La dimensione dei costi della logistica

Materials Management 24h

- ▲ L'ufficio acquisti: modelli organizzativi a confronto
- ▲ La previsione della domanda
- ▲ La programmazione della produzione e la gestione delle scorte
- ▲ EOQ, MRP, JIT
- ▲ Le reti distributive

Distribution Management

- ▲ L'organizzazione operativa del magazzino
- ▲ Outsourcing logistico

Supply Chain Management

- ▲ Dalla logistica al supply chain management
- ▲ Logistica collaborativa
- ▲ Informatica per la logistica ed il supply chain management

5° MODULO AREA TECNOLOGICA

Sistemi Produttivi

- ▲ Introduzione ai processi di produzione

SESSIONE OUTDOOR

incontro con i Direttori di Produzione e visita agli stabilimenti di: PARMALAT, DALTER, GRISSINBON, PROSCIUTTIFICIO GALLONI, FRUTTAROM, CONSORZIO CASALASCO
N.B. le visite in azienda così come indicate possono subire variazioni di scelta sulla base della disponibilità aziendale ad ospitare il gruppo classe

Food Safety

- ▲ Sistemi di certificazione nazionali ed internazionali
- ▲ La certificazione di gestione della sicurezza
- ▲ Le certificazioni di gestione della qualità
- ▲ Analisi quantitativa del rischio e modelli predittivi
- ▲ L'etichettatura degli alimenti: esempi di applicazioni della legislazione
- ▲ Claims e legislazione europea ed internazionale

Reserch & Developement

- ▲ Il ruolo dell'R&D
- ▲ Politiche, processi e sistemi innovativi nelle imprese agroalimentari
- ▲ Innovazione e strategia aziendale
- ▲ Drivers dell'innovazione
- ▲ Difesa della proprietà intellettuale
- ▲ Politiche di branding e target di consumo

CALL FOR STORIES

L'innovazione nell'agroalimentare raccontata da Birrificio del Ducato, Ciacco, Unconventional Food e ... altre storie di successo

Packaging nel settore agroalimentare

- ▲ Principi e metodi del calcolo della shelf-life dei prodotti confezionati
- ▲ Imballaggi metallici
- ▲ Imballaggi in vetro
- ▲ Imballaggi in polimeri plastici
- ▲ Caratteristiche dei materiali, tecnologia di costruzione
- ▲ Tecnologie di riempimento e chiusura
- ▲ Interazione con gli alimenti durante il processo distributivo
- ▲ Aspetti legali ed economici

WORKSHOP

presso la Stazione Sperimentale SSICA sistemi d'imballaggio metallico

Sustainability

- ▲ Introduzione al concetto di sostenibilità
- ▲ Le certificazioni per la sostenibilità nelle filiere alimentari
- ▲ Il mercato internazionale dei prodotti certificati
- ▲ Casi di studio su filiere italiane ed internazionali certificate
- ▲ Le Partnership Pubblico Privato (PPP) nei progetti di sviluppo di filiera

Laboratorio sulle filiere alimentari

LABORATORI E SESSIONI OPERATIVE

Il Master si caratterizza per la presenza di numerosi laboratori, project work e sessioni operative

LABORATORI

- ▲ Innovazione distributiva e nuovi format
- ▲ Analisi banche dati "retail"
- ▲ Flessibilità, public speaking, team building
- ▲ Analisi dei settori e strategie d'impresa
- ▲ Esercitazioni applicative sui metodi statistici
- ▲ Ottimizzazione dei sistemi agroalimentari

SESSIONI IN OUTDOOR

Il Master in un'ottica di arricchimento Manageriale prevede la presenza di sessioni in outdoor. Queste saranno strutturate in percorsi organizzati secondo le modalità delle visite guidate a tema, con focus specifici predefiniti in accordo con i manager delle principali aziende del territorio regionale ed extraregionale leader nell'agroalimentare.

In particolare sono previste tre sessioni in outdoor legate alle seguenti tematiche:

- ▲ Sistemi Produttivi

- ▲ Packaging
- ▲ Sistema Fieristico a supporto dell'agroalimentare
- ▲ Sostenibilità ambientale

E numerose visite agli impianti di produzione e/o confezionamento:

- ▲ di produzione dei prodotti da forno
- ▲ di trasformazione del latte e di produzione dei suoi derivati
- ▲ di produzione-stagionatura-confezionamento del Parmigiano Reggiano
- ▲ di un'azienda conserviera
- ▲ di produzione e stagionatura del Prosciutto di Parma



LO STAGE: UNA PREZIOSA OPPORTUNITÀ DI TRAINING ON THE JOB

ORIENTAMENTO

Nel corso dei mesi d'aula e attraverso **colloqui individuali con lo staff**, ciascun partecipante viene supportato nell'individuazione delle proprie capacità e opportunità di carriera. L'attività di orientamento serve infatti anche a supportare i partecipanti nell'affrontare con maturità e consapevolezza il colloquio di selezione agli stage. Coordinatore didattico e Tutor affiancano il partecipante anche durante il periodo di stage.

TRAINING ON THE JOB

Lo stage è un importante valore aggiunto del Master in quanto permette di passare alla complessità del mondo del lavoro con solidi strumenti professionali. Rappresenta, quindi, non solo un'importante opportunità di continuare la propria formazione con una significativa esperienza di training on the job, ma anche un **accesso privilegiato al mondo del lavoro** reso possibile dal

network di contatti con le imprese attivati dal Master.

Durante lo stage i partecipanti sviluppano un project work – oggetto dell'attività lavorativa svolta in azienda – che in seguito presentano ad una Commissione composta da docenti.

In collaborazione con:



FACULTY

Il Master si avvale di diversi organismi di indirizzo e coordinamento che consentono alla Direzione di finalizzare la progettazione della didattica, con l'obiettivo di rispondere al meglio in termini di competenze e capacità. La didattica è affidata ad importanti manager d'azienda, docenti universitari e ad esperti ricercatori impegnati in progetti sull'innovazione e sulla ricerca e sviluppo.

COMITATO DEI GARANTI

Filippo Arfini

Università degli Studi di Parma

Cesare Azzali

Direttore
Unione Parmense degli Industriali

Antonio Celie

Amministratore Delegato
Fiere di Parma

Guido Cristini

Università degli Studi di Parma

Marco Pedroni

Presidente
COOP Italia

Francesco Pugliese

Amministratore Delegato
CONAD

Annalisa Sassi

Vice Presidente
Fiere di Parma

Andrea Summer

Università degli Studi di Parma

Costantino Vaia

Direttore Generale
Consorzio Casalasco del pomodoro

FACULTY

Oswaldo Adinolfi

Senior Vice President Marketing
and Creative Director
Edelman

Paolo Anselmi

Vice Presidente
GfK Eurisco

Franco Antoniazzi

Università degli Studi di Parma

Linda Avigni

Key Account Manager

Paolo Azzali

Director
at Logisticamente.it
Co-owner
at AB Coplan Srl

Davide Barbanti

Università degli Studi di Parma

Roberto Bucaneve

Vice Direttore
Centromarca

Marco Candiani

Direttore Generale
STEF Italia

Vincenzo Carrozzino

Funzionario Agrario Ministero
delle Politiche Agricole Alimentari
e Forestali

Paolo Ceresa

Responsabile Assicurazione Qualità
Organismo Controllo Qualità
Produzioni Regolate

Emma Chiavaro

Università degli Studi di Parma

Filippo Corsello

Export Director
Mutti S.p.a.

Paolo Coppini

Owner
Coppini Arte Olearia

Giuseppe De Marinis

Senior Partner
Studio Associato Tupponi
De Marinis & Partner

Luca Maria De Nardo

Publisher & Consultant
at Elledi srl
Director
at Com-Pack Magazine

Giovanni Dotelli

Politecnico di Milano

Valentina Fornari

Università Bocconi

Federico Galloni

Vice Presidente
Consorzio del Prosciutto di Parma

Paolo Ganzerli

International Sales Director
Parmareggio S.p.a.

Massimo Gelati

President
Gruppo Gelati srl
Owner
at IFSA International Food
Supplier Auditin

Giulio Ghisolfi

Packaging Artist
IdealPack

Norman La Rocca

Head of Marketing & Communications

Andrea Lelli

Area Sales Manager
Easynap Group

Beatrice Luceri

Università degli Studi di Parma

Marco Luzzini

Food Tecnology Consultant
Luzzini Foodtech

Davide Menozzi

Università degli Studi di Parma

Angela Montanari

Head of Packaging Departement
Stazione Sperimentale per l'industria
delle Conserve Alimentari

Franco Mosconi

Università degli Studi di Parma

Francesca Opsi

Processi Produttivi e R&D
Dalter Alimentari S.p.A.

Andrea Pini

M&A Director
Barilla G.R.Fratelli S.p.A.

Marco Riani

Università degli Studi di Parma

Andrea Rizzardi

Industrial Designer
PET Engineering

Irene Rizzoli

Product Development Manager
Delicious Rizzoli Spa

Antonio Russo

Avvocato
Studio Associato Tupponi
De Marinis & Partners

Stefano Serra

Presidente
IGS

Pierluigi Spagoni

Marketing Manager
Fiere di Parma Spa

Francesca Speroni

Project Leader
Ptm Consulting S.r.l.

Federica Tabone

Psychologist HR consultant & Career
and teamwork development

Marco Tupponi

Avvocato
Studio Associato Tupponi
De Marinis & Partners
Docente di Diritto del Commercio
Internazionale
Università di Macerata

Paolo Veronese

R&D Manager Savory Solutions
Frutarom Italy

Alessandro Viglioli

R&D Manager
PET Engineering

Elisa Zanellato

Marketing e Communication Manager
PET Engineering

Massimo Zonca

European Packaging Manager
HJHeinz Company

**LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA
DEL MASTER****UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA****Guido Cristini**

Direttore Scientifico

Barbara Zerbini

*Coordinatore Operativo e Responsabile
dei Rapporti con le Imprese Tutor d'aula*

BUSINESS SCHOOL DEL SOLE 24 ORE**Antonella Rossi**

*Direttore Il Sole 24 ORE
Formazione ed Eventi*

Silvia Cannoni

Project Consultant

Cristiana Guida

Coordinamento e selezioni

Adelaide Boffa

Responsabile Marketing

Ilaria Iervoglino

Junior Product Manager

24ORE CLUB ALUMNI



Frequentare un master alla Business School del Sole 24 ORE significa avere l'opportunità di entrare a far parte di un network esclusivo di diplomati: Club Alumni24 è il progetto del Gruppo 24 ORE riservato ai diplomati ai Master che consente, attraverso un tesseramento, di avere accesso a un sistema esclusivo di vantaggi:

OPPORTUNITÀ DI CARRIERA

Per i Soci del Club Alumni24 la possibilità di accedere alla bacheca delle opportunità di carriera ed entrare in contatto con le aziende partner della Business School.

LIBRARY ROOM

Un archivio digitale di prestigio organizzato per aree tematiche che permette di accedere a documenti di approfondimento dei Master, Progetti in aula e video interviste realizzate dalla Business School a testimonial d'eccellenza.

BLOG TEMATICI

Un'area di conversazione e dibattito tra gli esperti del Sole 24 ORE e i diplomati; un confronto diretto per affrontare sia temi di attualità che approfondimenti legati alle aree di specializzazione.

COLLABORARE CON LA BUSINESS SCHOOL

La possibilità di collaborare con la Business School del Sole 24 ORE come Partner, Docente o Tutor in aula.

LIFELONG LEARNING

Garanzia di aggiornamento professionale: 10 corsi on line gratuiti all'anno e per i professionisti 20 crediti formativi.

MEET THE LEADER

Un calendario annuale ricco di incontri: ogni mese dibattiti su temi di attualità con i giornalisti e gli Esperti del Sole 24 ORE.

ENTRA NEL SISTEMA SOLE 24 ORE

Solo per i soci tesserati del Club sconti unici dal 15 al 30% sui prodotti anche digitali del Gruppo Sole 24 ORE.

EVENTI SPORTIVI

Un calendario di appuntamenti sportivi a Milano e Roma.

EVENTO ANNUALE E PREMIO BEST CAREER

Ogni anno la Business School organizza un grande evento riservato ai diplomati, con un momento speciale: il premio Best Career. Una giuria presieduta dal Direttore del Sole 24 ORE premierà i migliori progetti imprenditoriali e professionali.

Per candidarsi al premio 2016
www.alumni24.ilsole24ore.com

**CLUB ALUMNI24:
ENTRA NEL NETWORK**

**SHARE
YOUR EXPERIENCE**

OLTRE 8.400 DIPLOMATI

INFORMAZIONI

CANDIDATI

I Giovani laureati e laureandi in discipline scientifiche ed economiche con spiccate attitudini di natura cognitiva, relazionale e di problem solving.

DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **11 mesi** (5 di aula e 6 di stage) con inizio il **24 ottobre 2016**.

Orari delle lezioni:

▲ dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 18.00.

Nel corso della giornata sono previsti tre intervalli.

SEDE DEL MASTER

Dipartimento di Economia
Via Kennedy, 6
43124 Parma
www.bs.ilsole24ore.com
mafood@unipr.it

www.mafood-master.com

Lo staff del Master fornisce ai partecipanti informazioni a supporto della ricerca di soluzioni abitative per il periodo di permanenza a Parma.

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi

Via Monte Rosa, 91 – Milano
Tel. 02 (06) 3022.3147/3811
Fax 02 (06) 3022.4462
business.school@ilsole24ore.com
www.bs.ilsole24ore.com/mafood

CREDITI FORMATIVI

Al conseguimento del Diploma è previsto il riconoscimento fino a un massimo di **25 crediti formativi** per l'iscrizione alla laurea magistrale in Trade Marketing e Strategie Commerciali presso l'Università degli Studi di Parma.

MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a numero chiuso e prevede un processo di selezione finalizzato a valutare le competenze tecniche acquisite durante gli studi, le attitudini individuali e la motivazione dei candidati.

Il processo di selezione si articola in 3 fasi:

- ▲ screening e analisi della domanda di ammissione e del CV;
- ▲ colloquio motivazionale;
- ▲ test logico numerale e test di conoscenza della lingua inglese.

Per iniziare il processo di selezione è necessario **compilare la domanda di ammissione online** sul sito della Business School del Sole 24 ORE, nella sezione dedicata al Master, allegando i seguenti documenti:

- ▲ Curriculum vitae
- ▲ Certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
- ▲ foto tessera

Domande di ammissione, date di selezione e aggiornamenti sono disponibili sul sito:
www.bs.ilsole24ore.com

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo staff della Business School e dell'Università di Parma, alcuni Docenti e Diplomatisti, assistere alla presentazione dettagliata del percorso e sostenere le prove scritte e il colloquio.

Le selezioni terranno conto dei seguenti fattori:

- ▲ risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- ▲ titolo di studio e votazione
- ▲ conoscenza delle lingue straniere
- ▲ eventuale esperienza di lavoro

Il termine per chi intende candidarsi all'assegnazione delle borse di studio è il **30 settembre 2016**.

Si terrà conto della data di invio della domanda di ammissione per la convocazione alle diverse sessioni di selezione.

Domande di ammissione, date di selezione e **aggiornamenti** sono disponibili sul sito:
www.bs.ilsole24ore.com

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione è di € 10.900 (esente IVA) comprensiva di tutto il materiale didattico.

È rateizzabile in tre soluzioni:

- ▲ € 4.300 al momento dell'iscrizione,
- ▲ € 3.300 entro il 24 gennaio 2017,
- ▲ € 3.300 entro il 15 marzo 2017.

BORSE DI STUDIO

Come tradizione del Master importanti aziende ed enti mettono a disposizione dei partecipanti borse di studio a copertura parziale o totale della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli. Per candidarsi è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione on line sul sito della Business School del Sole 24 ORE, allegando i documenti richiesti entro il **30 settembre 2016**.

L'assegnazione delle borse di studio avverrà sulla base dei seguenti criteri:

- ▲ Esito delle selezioni
- ▲ Votazione di laurea (uguale o superiore a 100/110 o a 90/100)
- ▲ Conoscenza delle lingue straniere
- ▲ Eventuale esperienza professionale
- ▲ Situazione economico-finanziaria del candidato

Si segnala, inoltre, che alcune Regioni o enti territoriali bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi post-universitari. La Business School del Sole 24 ORE è **Ente accreditato** presso la Regione Lombardia e **associato Asfor** e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio. Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

FINANZIAMENTI

Al fine di sostenere i partecipanti nella copertura della quota del Master, la Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, ottenibili senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master. I dettagli sono disponibili sul sito della Business School del Sole 24 ORE.



MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:

Bonifico bancario, indicando la causale **3° Master Food Industry Management 2016 - MAFOOD - LA8135** – da effettuarsi a favore dell'Università degli Studi di Parma

Coordinate Bancarie:
Banca Popolare di Sondrio
Ag. di Parma
Via Emilia Est, 3/B – 43100
IBAN IT09 L 05696 12700 0000 25302X40

LA FORMAZIONE DAI PRIMI NELL'INFORMAZIONE

WWW.BS.ILSOLE24ORE.COM

SEGUICI SU



Servizio Clienti

Tel. 02 (06) 3022.3147/3811/6372/6379
Fax 02 (06) 3022.4462/2059/6280
Email: business.school@ilsole24ore.com

Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi

Milano – via Monte Rosa, 91
Milano – via Tortona 54 – Mudec Academy
Roma – piazza dell'Indipendenza, 23 b/c

Organizzazione
con sistema di qualità
certificato
ISO 9001:2008

GRUPPO **24** ORE