

MASTER

WEB MARKETING
& DIGITAL COMMUNICATION

FOOD &
WINE 3.0

SECONDA EDIZIONE

ANNO ACCADEMICO 2016/2017



VENICE | ITALY



Network



Blog



Community

Web Influencer



SEO



Social Media





SOMMARIO

1. Introduzione ›
2. Profilo e competenze ›
3. Programma di studi ›
4. Aziende partner ›
5. Docenti ›
6. Calendario e frequenza ›
7. Requisiti di ammissione ›
8. Selezione e numero partecipanti ›
9. Iscrizione e costo ›
10. Contatti ›



INTRODUZIONE



Le nuove tecnologie hanno reso possibili forme e linguaggi comunicativi che prima non esistevano e che hanno portato le aziende a comunicare e creare relazioni con i propri pubblici con nuovi strumenti e contenuti.

Il Master ha come obiettivo la formazione di figure professionali in grado di gestire i processi comunicativi aziendali del settore Food & Wine con le competenze richieste dal nuovo contesto competitivo internazionale.

Il corso ha una base esperienziale: il piano di studi prevede, non solo una **formazione culturale partecipata e interattiva**, ma anche **laboratori di digital communication, live experience, percorsi di degustazione, testimonianze di imprenditori** di successo e **studio di casi eccellenti**.





PROFILO

I diplomati del Master Universitario Interdisciplinare di Primo Livello in Food & Wine 3.0 - Web Marketing & Digital Communication saranno in grado di **comunicare e promuovere in modo efficace i prodotti alimentari e vitivinicoli**, affiancando le tecniche tradizionali del settore con le competenze del web marketing e della digital communication.

Queste figure professionali potranno trovare impiego presso le *aziende del settore* Food & Beverage, ma anche in tutte le agenzie di comunicazione e *web agency* che ruotano attorno a questo mondo, in particolare negli ambiti del *web marketing*, della *web advertising*, del *social media marketing*, del *digital PR*, dell'*editoria digitale*, della comunicazione legata alla divulgazione del *green marketing* e del *turismo enogastronomico*.





COMPETENZE

Al termine del percorso i partecipanti saranno capaci di:

- definire e interpretare un piano strategico integrato al mondo del web e social media marketing e delle digital PR, per il mercato domestico e internazionale;
- padroneggiare il linguaggio tecnico del settore Food & Beverage utilizzato nei differenti contesti: divulgativo, commerciale e degli esperti;
- progettare e gestire la strategia di comunicazione per l'azienda, il brand e i prodotti, implementandola attraverso attività e strumenti del mondo web, utilizzando anche tecniche di unconventional marketing;
- costruire storytelling pertinenti per il settore enogastronomico;
- creare una strategia efficace di web advertising e digital PR;
- creare, monitorare e analizzare campagne di E-advertising, SEO e SEM;
- gestire la web reputation (social media, blog, community, web influencer);
- cogliere le implicazioni educative insite nella comunicazione commerciale;
- creare strategie etiche di commercializzazione dei prodotti, di sostenibilità agroalimentare e conscious eating (ethical, social & green economy).







PROGRAMMA

ATTIVITÀ FORMATIVE *Totale 27 CFU - 216 ore di lezione*

- Cultura delle eccellenze enogastronomiche italiane
(3 CFU – 24 ore)
- Communication Strategy and Digital Media Planning
(3 CFU – 24 ore)
- Business Personal Branding: i linguaggi del Food & Beverage
(1 CFU – 8 ore)
- Turismo enogastronomico, identità territoriale e Storytelling
(3 CFU – 24 ore)
- Sostenibilità agroalimentare e Conscious Eating
(3 CFU – 24 ore)
- Marketing Management
(3 CFU – 24 ore)
- Web Advertising & Digital PR
(3 CFU – 24 ore)
- Social Media Marketing & Digital Communication
(3 CFU – 24 ore)
- Gestione della Online Reputation: Social Media, Blog, Community, Web Influencer (3 CFU – 24 ore)
- Elementi di diritto nella comunicazione commerciale
(2 CFU – 16 ore)

LABORATORI *Totale 9 CFU - 72 ore di lezione*

- LAB di Digital Communication: video editing
(3 CFU – 24 ore)
- LAB di Web Communication: siti web, app-mobile e E-commerce
(3 CFU – 24 ore)
- LAB di Food Writing and Web Content
(3 CFU – 24 ore)

TESTIMONIANZE E CASE STUDY *Totale 7 CFU - 56 ore di lezione*

- Testimonianze in aula di imprenditori di successo e studio di casi eccellenti nel settore

LIVE EXPERIENCE E PERCORSI DI DEGUSTAZIONE *Totale 2 CFU - 16 ore*

- Esperienze sul territorio: aziende agroalimentari e vinicole, fiere ed eventi

STAGE FORMATIVO *Totale 10 CFU - 250 ore*

- Tirocinio formativo e Project Work

TESI FINALE *Totale 5 CFU - 125 ore*

- Tesi progettuale legata al tema del Master

TOTALE COMPLESSIVO: 60 CFU





AZIENDE

Il Master ha come punto di forza lo **stretto legame con le aziende** del settore in modo da creare una **rete di collegamenti** necessari a finalizzare l'apprendimento e a introdurre i partecipanti, fin da subito, nel settore di competenza.

Le relazioni con le aziende si svilupperanno su più livelli:

- l'attività di laboratorio, in cui le imprese forniranno indirizzi operativi, richiedendo ai corsisti la realizzazione di progetti e/o prodotti specifici;
- l'attività di tirocinio formativo, con la realizzazione di un project work da svolgere in accordo con l'azienda che ospita il tirocinante;
- le visite guidate di studio per maturare esperienza diretta in realtà particolarmente significative nel settore alimentare e vitivinicolo.





AZIENDE

QuiCibo[®]
Qui vivo qui cibo


MASTRO JANNI


i Bibanesi *Allegrini*




BISOL
VITICOLTORI
IN VALDOBBIADENE



ZONIN1821

natura *Si*
il supermercato bio

VENISSA

SIGNORVINO
100% VINI ITALIANI



Barilla
Center
FOR FOOD
& NUTRITION

FOOD
EDITORE


ZENATO[®]




LUCIANA MOSCONI
La Signora delle Tagliatelle





DOCENTI



MATTEO ADAMOLI

È progettista di strategie per la ricerca, la formazione e la comunicazione strategica, utilizzando il metodo e gli strumenti della ricerca-azione. Docente universitario di *Tecnologie dell'educazione* e di *Pedagogia della comunicazione* presso lo IU-SVE e consulente aziendale per attività comunicative volte alla progettazione e all'uso strategico, narrativo e sociale dei media. È l'ideatore del format creativo Bookasface.



ANDREA ALBANESE

È Social network & Web marketing process advisor, specializzato in social media & digital marketing project manager, sales & post sales process optimization, web business intelligence & real time customer behaviour. Organizzatore della manifestazione "Social Media Marketing Day" #SMMdayIT, espressione delle Community di oltre 35.000 professionisti nell'area Social Media e Digital, è autore della ricerca SDA Bocconi "Customer Experience & Social Network" e collaboratore a quella SDA Bocconi "e-Discovery: Nuove Forme di Intelligence nel Social Web". È co-autore della pubblicazione "Oracle Community for Security" dal titolo "La sicurezza nei social media: guida all'utilizzo sicuro dei social media per le aziende del made in Italy".



FERDINANDO AZZARITI

Presidente di Salone d'Impresa Spa, realizza eventi e convegni legati ai principali temi del fare impresa. Formatore e consulente di sviluppo organizzativo, svolge attività di coaching per realtà nazionali e internazionali sullo sviluppo della leadership, del lavoro in gruppo, dell'organizzazione snella e per processi. È autore di 27 pubblicazioni. È docente di *Economia e organizzazione aziendale* nel corso di laurea in *Scienze e tecniche della comunicazione grafica e multimediale* dello IUSVE e ha recentemente pubblicato il volume "Manuale di Economia e Organizzazione Aziendale".



RUDY BANDIERA

È blogger, consulente Web, imprenditore e anche giornalista. Racconta storie in digitale, facendo storytelling su ogni cosa che abbia un valore da raccontare. Insegna Social media marketing presso master universitari e aziende ed è il socio fondatore di NetPropaganda s.r.l, un'agenzia che si occupa di accompagnare aziende e privati a creare la propria identità nel mondo digitale e a fare business. È autore del libro "Rischi e opportunità del Web 3.0", nel quale analizza gli scenari futuri in ambito digitale, Web e comunicazione.





DOCENTI



CAROLINA BRUNAZZETTO

Avvocato del Foro di Padova dal 2001, esercita attività di assistenza e consulenza per aziende e privati, occupandosi delle questioni giuridiche collegate all'utilizzo di internet e dei nuovi mezzi di comunicazione e degli adempimenti privacy. Referente della Commissione Informatica presso il Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Padova, segue dal 2001 il "Laboratorio del Processo Civile Telematico". Svolge attività di docenza di informatica giuridica presso la Scuola di specializzazione dell'Università di Padova e presso Enti di Formazione accreditati. Dal 2010 è docente di *Diritto della comunicazione per le imprese e i media* nei corsi di laurea magistrale in *Web marketing & digital communication - Creatività e design della comunicazione* dello IUSVE.



GIAMPIETRO COMOLLI

Laureato in scienze agrarie (Cattolica), possiede un'alta formazione in economia politica agraria (Strasburgo) e gestione delle imprese alimentari (Cattolica-Bocconi). Enologo, giornalista, accademico, docente e consulente, è esperto in organizzazione dei distretti produttivi integrati. Fondatore di Feder Doc, è stato direttore di imprese, associazioni e consorzi di tutela vini: Franciacorta, Bolgheri, Gavi, Colli Piacentini, Ferrari, Berlucci. Ha fondato il Centro Studi Ricerca e Osservatorio Economico Distretti Vini, il Forum Spumanti a Valdobbiadene e il Distretto Altamarca. Membro del Comitato Scientifico Aikal a Venezia e curatore della guida vini Regione Europa Alpe Adria, ha creato il progetto UnPOxExPO2015 di incoming turistico per distretti agro-alimentari enogastronomici e culturali lungo il fiume Po.



MARIANO DIOTTO

Docente di *Semiotica generale* e dei new media, di *Dinamiche della comunicazione* e *Business personal branding*, dal 2010 è direttore del Dipartimento di Comunicazione dello IUSVE. Collabora con progetti di ricerca ed è Visiting professor presso il Massachusetts Institute of Technology (MIT) di Boston, la Columbia University di New York, la UCLA - University of California di Los Angeles e la University of Miami. Nel 2013 ha fondato e diretto il corso di Laurea Magistrale di Comunicazione dello IUSVE in *Web marketing & digital communication*, prima laurea internazionale erogata in Italia nel settore, importando in Italia il modello accademico universitario americano. Creativo, estroverso e poliedrico, ha scritto diversi romanzi di narrativa per ragazzi e, a quest'attività, ha affiancato quella di speaker radiofonico, autore televisivo e ricercatore universitario sul web marketing, la digital communication e il personal branding.



MARIA PIA FAVARETTO

Pubblicitaria, imprenditrice e globetrotter, si occupa di comunicazione aziendale da oltre due decenni. Ha fondato e diretto Publica Srl dal 1989 al 2006, agenzia di comunicazione d'impresa ai vertici delle agenzie indipendenti italiane. Le sue campagne sono state adottate in molti paesi del mondo, tra cui Cina, Singapore, India. Dal 2008 si è appassionata al lavoro di docenza con l'Università degli studi di Padova, dove le è stato affidato l'insegnamento di Marketing e Comunicazione aziendale ai corsi di laurea magistrale in Economia e diritto, Economia e direzione aziendale ed Economia e finanza. Autrice del libro "La strategia di comunicazione nell'era digitale", oggi accompagna le aziende nei processi di comunicazione di marketing e, dal 2011, è docente di *Communication Strategy and Media Planning* nei corsi di laurea magistrale in *Web marketing & digital communication - Creatività e design della comunicazione* dello IUSVE.





DOCENTI



MICHELE MARCHI

Video e web designer, consulente per le aziende nel settore pubblicitario, ha collaborato con Shado a company of H-Farm e Fabrica per regia, direzione della fotografia, montaggio e post-produzione video. Ha vinto il Premio Möbius Multimedia Lugano - Radiotelevisione Svizzera, collaborando alla realizzazione de "L'Abbazia di Santo Stefano", miglior opera multimediale d'arte nel 2000 in Italia, e collaborato al progetto "Digital_Memories alle origini della computer animation, 1980-1990" con il Dams di Bologna. Ha tenuto corsi di Editoria elettronica all'Istituto per i beni artistici culturali e naturali della Regione Emilia-Romagna. È docente di *Laboratorio Siti Web* presso l'Istituto Universitario Salesiano di Venezia e Verona e di *Editing audio-video e motion graphics* presso l'Istituto Salesiani Bologna, Associazione Cnos-Fap Regione Emilia-Romagna.



MIRKO PALLERA

Mirko Pallera, co-fondatore e CEO di Ninja Marketing, è considerato una delle menti più fervide e rivoluzionarie del marketing contemporaneo. È oggi direttore responsabile del magazine e direttore scientifico della Ninja Academy. Nato in Emilia ma milanese d'adozione è sociologo, strategic planner, giornalista, copywriter, scrittore. Imprenditore, consulente e digital strategist per Barilla, Telecom, Unilever, Presidenza del consiglio dei Ministri e Banca Mediolanum. Si definisce un "innovatore sociale" con la missione di migliorare il mondo grazie alla comunicazione delle aziende. È autore di "Marketing Non-Convvenzionale: viral, guerrilla, tribal e i 10 principi del mktg postmoderno" edito dal Sole 24 Ore e di "Create! Progettare idee contagiose (e rendere il mondo migliore)" edito da Sperling & Kupfer.



LISA PILLON

Dopo la laurea in Scienze della Comunicazione presso l'Università degli Studi di Padova nel 2004 e un master allo IED di Milano, si è avvicinata al Web grazie alle prime esperienze lavorative in azienda, appassionandosi al punto da decidere di farne un'occupazione a tempo pieno. Da diversi anni è SEM Specialist e AdWords Specialist, fornisce consulenze in materia di Web Advertising e Comunicazione Digitale, occupandosi anche di formazione sia per aziende e professionisti che presso enti e agenzie. Dal 2014 è docente di *Teorie e Linguaggi della Pubblicità Digitale* nel corso di laurea magistrale in *Web marketing & digital communication* dello IUSVE.



ALBINO PONCHIO

Nell'arco di quarant'anni di attività, ha maturato una lunga, approfondita e diversificata esperienza nel management, nel marketing, nella comunicazione e nei media. Ha iniziato dal marketing in azienda, alla Electrolux Zanussi e alla Luxottica, e in seguito ha sviluppato la sua attività nel mondo delle agenzie di comunicazione (Lambert, Adver, Business, Tbwa), dei centri media (Carat, The Media Edge, Mec) e della consulenza, lavorando per importanti aziende multinazionali e medie e grandi aziende nazionali. È docente di *Marketing planning* nel corso di laurea magistrale in *Web marketing & digital communication* dello IUSVE.





DOCENTI



FRANCESCO SORDI

Dopo essersi laureato in Relazioni Pubbliche allo IULM nel 2005, si è specializzato in Consumi e Pubblicità, completando la sua formazione sui temi del marketing strategico.

Ha lavorato per quasi sei anni in un'agenzia di consulenza marketing e comunicazione, prima come strategic planner, poi come responsabile del Dipartimento Marketing. Successivamente, è diventato Marketing Director di una piccola media impresa veneta con un business internazionale. Dal 2013 è consulente, formatore e temporary manager freelance.

È docente di *Marketing strategico / Start-up business design* nel corso di laurea triennale in *Comunicazione grafica e multimediale* e *Marketing planning* nel corso di laurea magistrale in *Web marketing & digital communication* dello IUSVE.



PAOLO TEGONI

È professore a contratto presso il corso di *Scienze Gastronomiche del Dipartimento di Scienze degli Alimenti* dell'Università di Parma e di *'Cultura del vino e terroir'* nell'ambito del Master COMET (Cultura, Organizzazione e Marketing dell'Enogastronomia territoriale) dello stesso ateneo. Cura l'insegnamento di *'Italian Oenography and wine tasting'* nel contesto dell' MBA Food & Wine - Bologna Business School - Università di Bologna. Sommelier professionista con esperienze estere e instancabile studioso dei terroir vitivinicoli europei, è consulente enologico per diverse realtà del comparto Horeca italiano, a partire dal ristorante dell'Antica Corte Pallavicina Relais di Polesine Parmense (PR). Si occupa della curatela di eventi di cultura enogastronomica, di marketing territoriale, e della didattica inerente la degustazione.



GIOVANNI VANNINI

È esperto di nuovi modelli di relazione impresa-mercato, social media-comunità, tecnologia-società. Conoscitore dei cambiamenti innescati dall'innovazione tecnologica, usa le leve strategiche del marketing e della comunicazione per promuovere un'economia il cui mezzo e fine è sempre l'uomo. È partner e Managing Director di 10ZING Srl, società titolare dell'editore digitale Koo-koo Books, start-up Coach.

È professore di *Social Media Marketing* nel corso di laurea magistrale in *Web marketing & digital communication* dello IUSVE.



MARIAGRAZIA VILLA

Giornalista culturale, scrive di arte, architettura, design, fotografia e lifestyle per il quotidiano "Gazzetta di Parma" e per altre testate. Come food writer, lavora per il Gruppo Barilla: dopo aver collaborato al sito Mulino Bianco e al packaging della pasta per il mercato nazionale e internazionale e aver diretto il magazine on line "Italian Food Lovers" di Academia Barilla, ora collabora ai progetti editoriali di questo centro internazionale di cultura gastronomica italiana.

Ha scritto saggi dedicati alla comunicazione pubblicitaria del Gruppo Barilla, oltre a una serie di manuali di scrittura creativa per bambini, e sta preparando le Guide dei Musei del Cibo della provincia di Parma.

Dal 2014 è docente di *Etica e media* nei corsi di laurea magistrale in *Web marketing & digital communication - Creatività e design della comunicazione* dello IUSVE.





CALENDARIO



Il Master ha una durata di dodici mesi, comprensivi di tirocinio. Le lezioni si terranno in due weekend al mese. L'orario delle lezioni è dalle 9:00 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 18:00. Le lezioni si svolgeranno principalmente nel Campus di Mestre (VE) o in alcune occasioni, per esigenze didattiche, nel Campus di Verona.

venerdì 11 novembre 2016
sabato 12 novembre 2016

sabato 26 novembre 2016
domenica 27 novembre 2016

venerdì 10 dicembre 2016
sabato 11 dicembre 2016

sabato 14 gennaio 2017
domenica 15 gennaio 2017

venerdì 27 gennaio 2017
sabato 28 gennaio 2017

sabato 11 febbraio 2017
domenica 12 febbraio 2017

venerdì 24 febbraio 2017
sabato 25 febbraio 2017

sabato 11 marzo 2017
domenica 12 marzo 2017

venerdì 24 marzo 2017
sabato 25 marzo 2017

sabato 8 aprile 2017
domenica 9 aprile 2017

venerdì 21 aprile 2017
sabato 22 aprile 2017

sabato 6 maggio 2017
domenica 7 maggio 2017

venerdì 19 maggio 2017
sabato 20 maggio 2017

sabato 10 giugno 2017
domenica 11 giugno 2017

venerdì 23 giugno 2017
sabato 24 giugno 2017

sabato 8 luglio 2017
domenica 9 luglio 2017

sabato 15 settembre 2017
domenica 16 settembre 2017

venerdì 30 settembre 2017
sabato 1 ottobre 2017

sabato 13 ottobre 2017
domenica 14 ottobre 2017

Gli orari e i luoghi delle Live Experience e percorsi di degustazione verranno comunicate a inizio del Master.





REQUISITI



Requisito per l'iscrizione al Master è la laurea triennale o laurea del vecchio ordinamento. Possono presentare domanda di ammissione:

- *Laureati in Scienze e Tecniche della Comunicazione;*
- *Laureati in Scienze della Comunicazione;*
- *Laureati in Enologia;*
- *Laureati in Marketing;*
- *Laureati in Lettere e Filosofia;*
- *Classi di laurea differenti, previa valutazione del curriculum vitae;*
- *Laureandi dei corsi di laurea sopracitati: la laurea è condizione per l'accesso al Master. Non avendo altre lauree, dovrà essere conseguita entro tre mesi dalla data di inizio del Master;*
- *Manager del settore agroalimentare e vitivinicolo che intendano approfondire le loro conoscenze e le tematiche legate ai nuovi linguaggi della digital communication e del web marketing.*

È prevista l'ammissione alla frequenza di uditori non in possesso di diploma di laurea, ai quali verrà rilasciato un "Executive High Education Certificate" rilasciato da IUSVE in collaborazione con Italian Excellence Academy.







SELEZIONE

Le iscrizioni si effettuano presso la Segreteria Generale dello IUSVE dopo un colloquio con il Coordinatore Didattico del Master che terrà conto delle capacità e delle motivazioni del candidato.

Il modulo di immatricolazione verrà consegnato in seguito al colloquio in caso di accettata richiesta di iscrizione.

*Il Master sarà attivato al raggiungimento del numero minimo di 20 allievi.
Al corso saranno ammessi studenti fino a un massimo di 35 partecipanti.*





ISCRIZIONE

Le iscrizioni si effettuano presso la Segreteria Generale dello IUSVE dopo un colloquio con il Coordinatore Didattico del Master, entro i termini e secondo le modalità previste e pubblicate dalla Segreteria medesima.

Per l'iscrizione è necessario compilare l'apposita scheda di iscrizione e consegnarla alla Segreteria, unitamente alla ricevuta di versamento della tassa di iscrizione, al documento che comprova il titolo di studio che dà accesso al Master e a 3 fotografie formato tessera.

Il Master ha un costo complessivo di € 4.000,00 + € 100,00 di iscrizione.

Il costo complessivo sarà suddiviso nella seguente modalità:

alla consegna del modulo di Iscrizione: € 100,00

15/11/2016 - Rata 1 - € 700,00

15/01/2017 - Rata 2 - € 700,00

15/03/2017 - Rata 3 - € 650,00

15/05/2017 - Rata 4 - € 650,00

15/07/2017 - Rata 5 - € 650,00

15/09/2017 - Rata 6 - € 650,00





CONTATTI

DIREZIONE SCIENTIFICA DEL MASTER

Prof. Mariano Diotto - m.diotto@iusve.it

COMITATO SCIENTIFICO DEL MASTER

Prof.ssa Maria Pia Favaretto, Prof. Albino Ponchio, Dott. Paolo Puosi, Prof. Arduino Salatin, Prof. Francesco Sordi, Prof.ssa Mariagrazia Villa

COORDINAMENTO DIDATTICO DEL MASTER

Prof.ssa Maria Pia Favaretto - m.favaretto@iusve.it

RESPONSABILE RELAZIONI ESTERNE E AZIENDE DEL MASTER

Dott. Paolo Puosi - p.puosi@iusve.it

SEGRETERIA E INFORMAZIONI

Dott.ssa Michela Vicenzi - foodandwine@iusve.it - +39 041 5498580
(lunedì - venerdì dalle 9.00 alle 12.00)

Campus di Mestre: Via dei Salesiani, 15 – 30174 Mestre (VE)





PROGETTO GRAFICO E IDENTITÀ DEL MASTER:
PIERFILIPPO ARIANO, FRANCESCO CIBATI

ILLUSTRAZIONE DI COPERTINA DI JACOPO ROSATI

© COPYRIGHT 2016 - TUTTI I DIRITTI SONO
RISERVATI E DI PROPRIETÀ ESCLUSIVA DI IUSVE.

 UNIVERSITÀ
iUSNE
Istituto Universitario Salesiano Venezia