

MASTER

WEB MARKETING & DIGITAL COMMUNICATION

FOOD & WINE 4.0

MASTER INTERDISCIPLINARE DI PRIMO LIVELLO



IUSVE, Istituto Universitario Salesiano di Venezia
Via dei Salesiani 15, 30174, Venezia Mestre, IT



+39 041 5498580
foodandwine@iusve.it



Seguici su:

PERCHÉ UN MASTER 4.0

Oggi la comunicazione è soggetta a un'evoluzione tecnologica che delinea, continuamente e rapidamente, scenari sempre più innovativi: l'impatto che ha sul sistema economico globale presenta innumerevoli opportunità, che possono essere fonte di importanti innovazioni per le aziende.

Il web marketing e i new media rappresentano dei canali di comunicazione interattivi, con cui le imprese possono dialogare direttamente con i loro clienti, sempre più collaborativi e attenti agli aspetti culturali del consumo. Chi non possiede gli strumenti adeguati per gestire efficacemente queste innovazioni, oltre a perdere una grande opportunità legata alla propria visibilità sul mercato, rischia una discriminazione a favore di chi le sa utilizzare correttamente.

Il digital world influenza non solo le modalità comunicative, ma anche il linguaggio e le forme d'espressione utilizzate, la frequenza e la rapidità con cui avvengono gli scambi commerciali, il potere che i differenti soggetti hanno all'interno della relazione. Il mondo, ormai definito "post-pubblicitario", è caratterizzato da un insieme di possibilità - marketing 4.0, social media, digital PR, E-advertising, viral marketing, crowdsourcing, business personal branding - che trasformano il consumatore da semplice destinatario del messaggio in protagonista del processo creativo.

Il settore Food & Beverage, così come sta avvenendo in tutti gli ambiti economici, necessita di inserirsi in questo articolato flusso comunicativo, trovando le migliori strategie per rispondere alle esigenze del proprio prodotto, del mercato e dei consumatori.

Saper comunicare il cibo e il vino in modo efficace e corretto ai consumatori e agli stakeholder, italiani o stranieri, rinforzando i legami culturali tra prodotto e territorio e favorendo una maggior consapevolezza alimentare, diventa una risorsa indispensabile, oltre che etica, sia per le aziende che per i numerosi settori dell'indotto come, ad esempio, quello del turismo enogastronomico o dell'editoria.



PROGRAMMA

» ATTIVITÀ FORMATIVE

Totale 27 ECTS - 216 ore di lezione

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

» LABORATORI DI WEB MARKETING

Totale 9 ECTS - 72 ore di lezione

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

» TESTIMONIANZE E CASE STUDY

Totale 7 ECTS - 56 ore di lezione

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

» LIVE EXPERIENCE E PERCORSI DI DEGUSTAZIONE

Totale 2 ECTS - 24 ore di lezione

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

» STAGE FORMATIVO

Totale 10 ECTS - 250 ore

- Tirocinio formativo e project work

» TESI FINALE

Totale 5 ECTS - 125 ore

- Tesi progettuale legata al tema del Master

Totale complessivo: 60 ECTS - 360 ore di lezione

