

MASTER

WEB MARKETING
& DIGITAL COMMUNICATION

FOOD &
WINE 4.0



IV EDIZIONE
ANNO ACCADEMICO 2018/19

VENEZIA
VERONA | ITALY



Network

Blog

Community

Web Influencer

SEO

Social Media





SOMMARIO

1. Introduzione ›
2. Profilo e competenze ›
3. L'esperienza del Master ›
4. Programma di studi ›
5. Aziende partner ›
6. Docenti ›
7. Calendario e frequenza ›
8. Requisiti di ammissione ›
9. Selezione e numero partecipanti ›
10. Iscrizione e costo ›
11. 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, infatti, 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 4.0 - 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*, del *web advertising*, del *social media marketing*, delle *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).





L'ESPERIENZA DEL MASTER



Il Master è costruito su base esperienziale:

1. formazione culturale partecipata e interattiva;
2. laboratori di digital communication;
3. live experience e percorsi di degustazione;
4. testimonianze di imprenditori di successo studio di casi eccellenti







PROGRAMMA

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

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

LABORATORI *Totale 9 ECTS - 72 ore di lezione*

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

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

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

- Esperienze sul territorio: aziende agroalimentari e vinicole, 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





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.



NonnoNanni



FIORITAL

Loison
PASTICCERI DAL 1938



FOOD
EDITORE

Bauli



La Signora delle Tagliatelle

Allegrini



i Bibanesi



SIGNORVINO
100% VINI ITALIANI

VENISSA



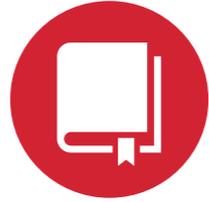
ZENATO



CORRADO BENEDETTI
SALUMI E FORMAGGI D'AUTORE



ZONIN1821



DOCENTI



MATTEO ADAMOLI

Docente universitario di Digital Storytelling e Pedagogia della Comunicazione presso lo IUSVE; consulente aziendale per attività comunicative volte alla progettazione e all'uso strategico, narrativo e sociale dei media. È l'ideatore del format creativo Bookasface e giornalista pubblicitaria.



ALESSIO ALBERINI

È consulente per le PMI, sviluppando e realizzando progetti di branding, di green marketing e di digital marketing. Applica i principi del Design Thinking per un marketing che faccia della Sostenibilità il lato smart della marca. Dal 1992 al 2008 è stato account e strategic planner in diverse agenzie di comunicazione. Nel 2009 è stato tra i fondatori di Greenbean. Nel 2014 ha pubblicato per PIANOPIANO Book Bakery un ebook intitolato "Abbastanza verde non è verde abbastanza", in cui descrive com'è cambiato il concetto di sviluppo sostenibile in Italia dagli anni '70 a oggi e com'è cambiata la comunicazione delle aziende intorno a questo tema. Nel 2018 esce "Benfatto", un saggio in cui raccoglie ipotesi di sviluppo per il marketing e la comunicazione tra economia circolare, design thinking e storytelling.



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 giornalista. È socio cofondatore di NetPropaganda s.r.l, agenzia che si occupa di accompagnare aziende e privati a creare la propria identità nel mondo digitale e a fare business. È autore di pubblicazioni diventate dei bestseller, tra i quali "Rischi e opportunità del Web 3.0", nel quale analizza gli scenari futuri in ambito digitale, web e comunicazione, e di "Le 42 Leggi universali del digital carisma" in cui spiega la fusione tra la vita digitale e reale come forma di comunicazione del futuro. Nel maggio 2017 è uscito il suo ultimo libro "Condivide et impera" che tratta l'efficacia della comunicazione digitale nell'ambito delle digital PR.





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

Laurea in agraria e in economia politica agraria, master in gestione e marketing di imprese agroindustriali, è agronomo, economista, enologo, giornalista, accademico della vite e del vino, advisor e consulente, degustatore per guide, docente a progetto in marketing prodotti Dop e esperto di consorzi di tutela Doc-Dop. Dal 1983 è dirigente ufficio economico alla Coldiretti di Piacenza, nel 1991 fonda l'Osservatorio Economico Vini Ovse-Ceve alla Cattolica di Piacenza e nel 1998 rifonda la Federdoc, come referente interprofessionale per il Ministero Politiche Agricole. Nel 2004 fonda il Forum Spumanti d'Italia a Valdobbiadene. Dal 2008 al 2012 è conduttore in Mediaset rubrica vini. Curatore vini per i G8 di Napoli, Genova, L'Aquila, è direttore del magazine "Bubble's Italia".



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. 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. Nel 2016 è uscito il suo libro "Graphic & Digital Designer". Nel 2017 sono stati pubblicati "Creatività e Design Della Comunicazione", "Web Marketing Manager & Digital Strategist" e nel 2018 è uscita la sua ultima pubblicazione "Brand Positioning" già ai vertici delle classifiche di vendita.



MARIA PIA FAVARETTO

Pubblicitaria, imprenditrice e globetrotter, si occupa di comunicazione aziendale da oltre due decenni. 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* 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.



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.



MIRKO PALLERA

Fondatore di Ninja Marketing e Ninja Academy, è considerato una delle menti più fervide e rivoluzionarie del marketing contemporaneo. Imprenditore, sociologo e digital strategist per grandi brand fra cui Barilla, TIM, Unilever e Banca Mediolanum. È co-autore del best seller "Marketing Non-Convenzionale: viral, guerrilla, tribal e i 10 principi del marketing postmoderno" edito dal Sole 24 ORE. È membro dello IADAS di New York (International Academy of Digital Arts & Sciences) e ambasciatore italiano dei Webby Awards, considerato l'Oscar del Web. Il suo ultimo libro "Create! Progettare idee contagiose (e rendere il mondo migliore)" pubblicato da Sperling & Kupfer, introduce in Italia l'Archetypal Branding ed un approccio "spirituale" alla comunicazione commerciale.



SLAWKA SCARSO

Metà italiana, metà anglo-polacca, si è laureata in Economia alla LUISS Guido Carli e diplomata Sommelier AIS e Sommelier dell'Olio. Nel 2005 ha dato vita al blog www.marketingdelvino.it. È docente di Marketing del vino e del turismo enogastronomico in corsi post laurea e master. Ha pubblicato *Il vino a Roma e Il vino in Italia* (entrambi con Castelveccchi Editore, nel 2010 e 2011) e, con Edizioni LSWR, i manuali *Marketing del vino* (alla seconda edizione nel 2017), *Marketing del gusto* (2015) con Luciana Squadrilli e *Marketing dei prodotti enogastronomici all'estero* (2017) con Luciana Squadrilli e Rita Lauretti. Cura la rubrica *Vini&Dintorni* per il settimanale *Donna Moderna*. Scrive anche narrativa. Dal 2016 è docente di turismo enogastronomico al Master IUSVE.





DOCENTI



FRANCESCO SORDI

Dopo essersi laureato in Relazioni Pubbliche allo IULM nel 2005, ha indirizzato la sua formazione sui temi del marketing strategico e del marketing scientifico. Ha ricoperto incarichi di consulenza in agenzia marketing e comunicazione e PMI ed oggi è consulente, formatore e temporary manager free lance. Nel gennaio 2016 ha ampliato la sua attività dando vita all'Istituto del Marketing Scientifico. Dal 2011 è docente di Marketing Strategico 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.

Il suo libro "Evolvi il tuo marketing" (2012) è l'unico manuale di marketing scientifico scritto da un professionista italiano.



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 16 novembre 2018
sabato 17 novembre 2018*

*sabato 1 dicembre 2018
domenica 2 dicembre 2018*

*venerdì 14 dicembre 2018
sabato 15 dicembre 2018*

*sabato 12 gennaio 2019
domenica 13 gennaio 2019*

*venerdì 25 gennaio 2019
sabato 26 gennaio 2019*

*sabato 9 febbraio 2019
domenica 10 febbraio 2019*

*venerdì 22 febbraio 2019
sabato 23 febbraio 2019*

*sabato 9 marzo 2019
domenica 10 marzo 2019*

*venerdì 22 marzo 2019
sabato 23 marzo 2019*

*sabato 6 aprile 2019
domenica 7 aprile 2019*

*venerdì 3 maggio 2019
sabato 4 maggio 2019*

*sabato 18 maggio 2019
domenica 19 maggio 2019*

*venerdì 31 maggio 2019
sabato 1 giugno 2019*

*sabato 15 giugno 2019
domenica 16 giugno 2019*

*venerdì 28 giugno 2019
sabato 29 giugno 2019*

*venerdì 6 settembre 2019
sabato 7 settembre 2019*

*sabato 21 settembre 2019
domenica 22 settembre 2019*

*venerdì 4 ottobre 2019
sabato 5 ottobre 2019*

*sabato 19 ottobre 2019
domenica 20 ottobre 2019*



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*".







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. Per sostenere il colloquio il candidato dovrà inviare un CV in formato europeo e una lettera motivazionale.

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 23 allievi. Al corso saranno ammessi studenti fino a un massimo di 32 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 + € 100,00 di tassa Diploma di Master (da versare al termine del Master per la consegna del titolo).

Il costo complessivo sarà suddiviso nella seguente modalità:

20/10/2018 - Rata 1 - € 700,00

20/12/2018 - Rata 2 - € 700,00

20/02/2019 - Rata 3 - € 650,00

20/04/2019 - Rata 4 - € 650,00

20/06/2019 - Rata 5 - € 650,00

20/08/2019 - Rata 6 - € 650,00





ISCRIZIONE ALTA FORMAZIONE

Al Master possono partecipare un numero limitato di uditori non in possesso del titolo di laurea. Alla fine sarà conseguito un attestato finale di alta formazione “Executive High Education Certificate in Food & Wine 4.0 – Web marketing & Digital Communication” rilasciato da IUSVE.

Il costo per l’alta formazione in questo caso è di € 4.000,00 (+ IVA) + € 100,00 di iscrizione + € 100,00 di tassa Diploma di Alta Formazione (da versare al termine del Master per la consegna del titolo).

Il costo complessivo sarà suddiviso nella seguente modalità:

20/10/2018 - Rata 1 - € 700,00 + IVA

20/12/2018 - Rata 2 - € 700,00 + IVA

20/02/2019 - Rata 3 - € 650,00 + IVA

20/04/2019 - Rata 4 - € 650,00 + IVA

20/06/2019 - Rata 5 - € 650,00 + IVA

20/08/2019 - Rata 6 - € 650,00 + IVA





CONTATTI

DIREZIONE SCIENTIFICA DEL MASTER

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

COMITATO SCIENTIFICO DEL MASTER

Prof.ssa Maria Pia Favaretto, Prof. Albino Ponchio, 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

Prof. Albino Ponchio - a.ponchio@iusve.it

SEGRETERIA E INFORMAZIONI

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

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

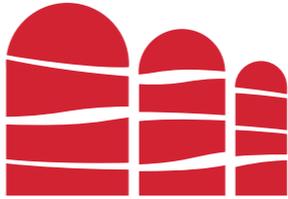
Campus di Verona: Regaste San Zeno, 17 - 37123 Verona





ILLUSTRAZIONE DI COPERTINA DI JACOPO ROSATI

© COPYRIGHT 2018 - TUTTI I DIRITTI SONO
RISERVATI E DI PROPRIETÀ ESCLUSIVA DI IUSVE.

 UNIVERSITÀ
IUSVE
Istituto Universitario Salesiano Venezia

